

Itsensä johtaminen myyntityössä

Kirsi Knuutinen

| | |
|--|---|
| Tekijä tai tekijät Kirsi Knuutinen | Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010 |
| Raportin nimi Itsensä johtaminen myyntityössä | Sivu- ja liitesivumäärä 40 + 5 |
| Opettajat tai ohjaajat Maria Haukka | |
| <p>Opinnäytetyön aiheena on itsensä johtaminen myyntityössä. Tutkimuksen kohteena on If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n myyntihenkilöstö ja heille tarkoitettu nykyinen koulutus. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona.</p> <p>Tavoitteena on selvittää kehittääkö nykyinen Ifin koulutus tarpeeksi myyntityössä työskenteleviä myyjiä. Tutkimusongelmana on: Miksi myyjät eivät pääse myyntitavoitteisiinsa? Lisäksi selvitetään vastaako Ifin tämän hetkinen myyntikoulutus myyjien tarpeita. Opinnäytetyö on tärkeä työnantajalle, koska se selvittää, onko koulutuksessa kehitettävää ja mihin suuntaan. Näin myyntitulokset voisivat paranevat ja tämä taas joka vaikuttaa myyjän ansioihin ja motivaatioon sekä yrityksen tulokseen.</p> <p>Opinnäytetyö jakautuu kahteen osioon, joista ensimmäinen sisältää teoria osuuden, jossa käsitellään johtamisen, itsensä johtamisen ja myynnin teoriaa, jotka kaikki liittyvät oleellisesti käsiteltävään aiheeseen. Teorian tueksi tehtiin kysely Ifin myyntihenkilöstölle, jolla pyrittiin saamaan selville myyjien omia kokemuksia koulutuksesta ja heidän osaamistasostaan. Opinnäytetyön empiirinen osa on kvantitatiivinen tutkimus, jossa tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä. Kyselyn kysymykset pohjautuivat vahvasti teoriaan. Tutkimuksen toteutusajankohta oli kesä 2012.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella lähes kaikki myyjät kaipaavat lisää koulutusta itsensä johtamisen alueilta. Tällä hetkellä tyytyväisimpiä oltiin omiin myyjän ominaisuuksiin.</p> <p>Koulutuksen kehittämiskohteiksi nousi suuresti esiin se, että myyjät tarvitsevat itsensä johtamisen koulutusta. Itsensä johtamisen koulutus puuttuu tällä hetkellä kokonaan Ifin koulutustarjonnasta. Tutkimuksesta saadut tiedot kehitetään työn lopuksi koulutusehdotukseksi If Vahinkovakuutusyhtiölle. Koulutusehdotus pitää sisällään pienryhmätyöskentelyn, joissa aiheina on itsensä johtaminen. Myyntitulokset mitataan ennen ja jälkeen kokeilun, jotta nähdään koulutuksen hyöty. Tämän jälkeen koulutusta voidaan kehittää lopulliseen muotoonsa.</p> | |
| Asiasanat Itsensä johtaminen, myynti, johtaminen, koulutus, If | |

Degree programme in Business Administration

| | |
|---|---|
| Authors Kirsi Knuutinen | Group or year of entry 2010 |
| The title of thesis Self-management in sales | Number of pages and appendices 40 + 5 |
| Supervisor(s) Maria Haukka | |
| <p>The topic of this thesis is self-management in sales. This study targets the If Insurance Company Ltd.'s sales staff and their training. The study is assigned by order of If Insurance company LTD.</p> <p>The aim is to find out if the current training at If is appropriate for salespeople. The research question is: <i>Why do salespeople fail to reach their sales goals?</i> In addition, one of the objectives of the thesis is to explore if the current training meets the needs of the salesperson and if it does not, how the training could be improved. The project is important to the employer, because it indicates how training should be developed and in which direction. This would then promote the sales results, which in return would impact salespersons' earnings and motivation, as well as to increase the company's overall sales.</p> <p>The theoretical part of this project deals with the management, self-management and sales theory, all of which are essentially related to the subject. To support the theory a survey was conducted amongst If's sales staff in order to examine the salespeople's own experiences of the training and their level of expertise. The empirical part of this project constituted the quantitative study, which used a survey as a research method. The survey questions were strongly based on the theories. The study was implemented during the summer of 2012.</p> <p>According to the findings, almost the whole sales personnel need more training in the areas of self-management. At the moment, salespeople were satisfied with their own propensities for selling.</p> <p>The need for self-management training was considered to be the most important improvement suggestion for training. At the moment self-management training was non-existent in If's training program. The data collected by the survey will be exploited when planning the improvement proposals as regards training for If Insurance Company. One of proposals is to include workshops dealing with the theme of self – management in the training program. Sales results will be assessed before and after the experiment in order to estimate the benefit of the training. The training can be developed into its final format thereafter.</p> | |
| Key words Self-management, sales, leadership, trainee, If | |

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto..... | 1 |
| 1.1 | Tutkimusongelma | 2 |
| 1.2 | Tutkimuksen tavoite..... | 3 |
| 2 | Johtaminen myyntityössä..... | 4 |
| 2.1 | Johtamisen perusvälineet..... | 5 |
| 2.2 | Itsetuntemus osana johtajuustaitoja..... | 7 |
| 2.3 | Itsearvioinnin merkitys johtamisessa | 8 |
| 3 | Itsensä johtaminen | 10 |
| 3.1 | Tunneäly osana itsensä johtamista..... | 11 |
| 3.2 | Motivaatioon tärkeys johtaessa itseensä..... | 12 |
| 3.3 | Tavoitteiden asettaminen | 13 |
| 3.4 | Ajanhallinnalla parempiin tuloksiin..... | 14 |
| 3.5 | Itsensä arviointi..... | 15 |
| 3.6 | Vetovoiman lain hyväksikäyttö..... | 16 |
| 3.7 | Stressin hallinta osana jaksamista | 17 |
| 3.8 | Henkisen kasvun merkitys itsensä johtamisessa | 18 |
| 4 | Myynnin perusteet | 21 |
| 4.1 | Myyntiprosessin vaiheet..... | 22 |
| 4.2 | Eri myyjätyypit | 23 |
| 4.3 | Huippumyyjän ominaisuudet..... | 24 |
| 4.4 | Keskiverto myyjän ominaisuudet..... | 25 |
| 5 | Tutkimuksen tarkoitus | 27 |
| 5.1 | Tutkimusmenetelmä..... | 27 |
| 5.2 | Tutkimusprosessi..... | 28 |
| 6 | Tutkimustulokset..... | 29 |
| 6.1 | Tutkimustulosten tarkastelu..... | 32 |
| 6.2 | Tutkimuksen luotettavuus..... | 34 |
| 7 | Pohdinta..... | 35 |
| 7.1 | Kehittämisehdotukset | 36 |
| 7.2 | Oman oppimisen arviointi | 37 |

| | |
|--------------|----|
| Lähteet..... | 38 |
|--------------|----|

Liitteet

Liite 1: Kysely

Liite 2: Koulutussuunnitelma

1 Johdanto

Itsensä johtaminen on itseensä kohdistuvaa kehittymistä ja henkistä kasvua. Lisäksi siihen kuuluu vastuun ottaminen omasta psyykkisen, fyysisen ja sosiaalisen kunnon hyvinvoinnista. Jatkuva uusiutuminen ja omien voimavarojen hallinta vaatii tavoitteellista ja sinnikästä työskentelyä (Salmimies 2008, 21–23.)

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi itsensä johtamisen myyntityössä, koska olen liiketalouden opintojen edetessä edennyt myyntipäälliköksi nykyisessä työpaikassani If Vahinko-vakuutusyhtiössä. Huomattuani, että en päässyt pelkällä työnantajan koulutuksella haluamaani myyntitavoitteeseen, aloin itse etsiä erilaisia myynnin koulutusmahdollisuuksia. Kahden kuukauden pituisen myyntivalmennuksen ja henkilökohtaisen myyntivalmentajan oppien jälkeen huomasin, että itsensä johtaminen on tärkein osa myyntityössä.

Intensiivinen koulutus muistutti elämäntapakoulutusta, jossa ihan alusta alkaen lähdettiin miettimään omia tapoja ja miten huonot tavat korvataan paremmilla. Ideana oli kirkastaa sisäistä timanttia eli tiedostaa omat toimintatavat ja sen jälkeen kehittää uusia, parempia tapoja.



Kuvio 1. Työn rakenne

1.1 Tutkimusongelma

Opinnäytetyö jakaantuu kolmeen osaan, joista ensimmäinen on viitekehys. Viitekehyksessä käsitellään teoriaa johtamisesta, itsensä johtamisesta ja myynnistä. Toisena osiona on empiriaosuus, jossa käydään läpi tutkimuskyselyn tarkoitus ja tutkimustulokset. Kolmantena osana on tulokset ja johtopäätökset, jossa käydään läpi kehittämissuhteet ja mietitään omaa oppimista. (Kuvio 1).

Tutkimusongelma on: Miksi myyjät eivät pääse myyntitavoitteisiinsa? Alaongelmana selvitetään vastaako Ifin tämän hetkinen myyntikoulutus myyjien tarpeita. Näihin ongelmiin etsitään vastauksia teoriasta ja kyselystä, joka lähetetään 70 Ifin myyntihenkilölle.

1.2 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, vastaako nykyinen koulutus Ifin myyjien tarpeita ja voidaanko koulutusta kenties kehittää. If Vahinkovakuutusyhtiö on tällä hetkellä Pohjoismaiden suurin vahinkovakuuttaja ja se kuuluu Sampo-konserniin. Sampo työllistää noin 6400 henkilöä, joista myynnissä työskentelee yli puolet.

Tutkimuskyselyllä pyritään selvittämään ovatko myyjät itse tyytyväisiä tämänhetkiseen koulutustarjontaan. Tällä työllä haluan myös auttaa kollegoitani myyntityössä onnistumiseen sekä tietysti parantaa omiin myyntitavoitteisiin pääsemistä. Tutkimustuloksilla annetaan arvokasta tietoa työnantajalle jatkokoulutuksia varten. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona.

2 Johtaminen myyntityössä

Johtaminen on organisaation varmistamista perustehtävien toteuttamiseksi. Voidaan sanoa, että johtaminen onkin organisaation olemassaolon kannalta kriittinen toiminto. Se on eräs organisaation ydinprosesseista (Lönnqvist 2007, 9.)

Johtamiskirjallisuudessa mainitaan yleensä, että menestyville johtohenkilöille tyypillisiä piirteitä ovat tahdonlujuus, optimismi, tasapainoisuus, karismaattisuus, looginen ajattelu, huumori, intuitio, stressinsietokyky, taktiset taidot, kestävyys, tarkkuus, luotettavuus, samastumiskyky, tulevaisuuteen suuntautuminen, joustavuus ja itsekuri. Menestyville johtohenkilöille on löydettävissä kaksi yhteistä tekijää: menestyvät johtohenkilöt tulevat hyvin toimeen ihmisten kanssa ja he ajattelevat tuloshakuisesti (Nöllke 2004, 17–18.)

Nöllke (2004, 26) on sitä mieltä, että johtohenkilön tulee tietää, mihin pystyy ja mihin ei, mitkä ovat vahvoja puolia ja mitkä taas heikkoja. Ilman riittävää realistista itsearviointia on olemassa vaara, että ottaa vastaan tehtäviä, joihin joku muu sopisi paremmin. Heikot johtajat suunnittelevat perusteellisesti ja joutuvat sitten aikapaineisiin, koska ovat arvioineet ajantarpeensa väärin. Lisäksi he ovat investoineet suuren määrän energiaa tehtäviin, joista saa vain keskinkertaisia tuloksia sekä laiminlyöneet varsinaisia vahvuuksiaan, sen sijaan että kehittäisivät niitä.

Menestyksekkään johtajuuden perusta on aina itsetuntemus. Itsetuntemuksen taustalla on persoonallinen kasvu, joka heijastuu myönteisenä minäkäsityksenä, terveenä itsetuntona sekä itsensä ja toisten arvostuksena. Itsetuntemuksella ja itsensäkehittämisvalmiudella tarkoitetaan johtajan omien voimavarojen, vahvuuksien, heikkouksien, arvojen, motiivien ja tarpeiden ymmärtämistä. Se on myös kykyä säädellä omaa toimintaansa ja kykyä tunnistaa omat kasvuhaasteensa. Johtajan omakohtaisen työn suunnittelun, siihen liittyvän päätöksenteon ja päätökseen sitoutumisen perusedellytys on riittävä itsetuntemus (Paasivaara 2010, 16.)

Sydänmaanlakan (2010) mielestä jokaisella työntekijällä on oikeus hyvään johtamiseen. Vielä tänä päivänäkin johtaminen perustuu usein vanhaan teollisen ajan käskyttämiseen perustuvaan johtamismalliin, jossa työntekijöitä pidettiin alaisina tai jopa alamaisina.

Nykyorganisaatioissa työntekijä on kuitenkin yhä useammin asiantuntija ja osaaminen on organisaatiossa hajallaan, ei enää pelkästään yhden henkilön varassa.

2.1 Johtamisen perusvälineet

Salmimies (2008, 54) pohtii, että johtajuuteen kasvetaan ja sitä voidaan kehittää ja oppia. Sitä voi myös tiettyssä määrin opettaa, erityisesti organisaation sisällä. Yhteistyö-, vuorovaikutus- ja ihmissuhdetaidot sekä oma persoonallisuus ovat tärkeimpiä johtamisen välineitä. Voi siis itse oppia johtamaan itseään paremmin. Omien kokemusten läpikäynti on ja niistä oppiminen on myös tärkeää.

Yrityksen myynnille on tärkein hyvä ja toimiva myynnin johto. Myynnin johdon on suunniteltava myyntitoimet, määriteltävä tavoitteet ja varmistettava, että kaikki myynnin edellytystekijät ovat kunnossa. Myyntityö vaatii aina osaavat resurssit. Voidaan sanoa, että myynnissä onnistuminen vaatii paljon niin myynnin taustatoiminnoilta kuin myyjältäkin. Myynnin taustatoiminnoilla tarkoitetaan yrityksen myyntiä tukevia toimenpiteitä eli myynninjohtamista ja markkinointia (Rope 2007, 117.)

Sydänmaanlakan (2010) mielestä nyt on jo aika lähteä kehittämään uusia johtamismalleja, joiden lähtökohtana on löytää tasapaino tehokkuuden, uudistumisen ja hyvinvoinnin välillä. Älykkäässä organisaatiossa tämä on ymmärretty ja ihmisiä osataan johtaa tasapainoisesti. Tehokkuus ja jatkuva uudistuminen ovat organisaatiossa kaiken lähtökohta. Toimintaympäristöt muuttuvat nopeaan tahtiin ja on osattava ennakoida, mitä yritykseltä vaaditaan muutaman vuoden kuluttua.

Yksi johtajan tärkeimmistä tehtävistä on henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen. Vain hyvinvoiva henkilöstö jaksaa pysyä mukana jatkuvassa uudistumisprosessissa. Älykkäässä organisaatiossa tämä otetaan huomioon. Työurat ovat nykyään pitkiä ja työelämässä pitäisi jaksaa olla mukana nykyisin jopa viisikymmentä vuotta (Sydänmaanlaka 2010).

Asiantuntijaorganisaatioissa työ ei lopu tekemällä, pikemminkin se lisääntyy. Siksi on ensiarvoisen tärkeää osata itse asettaa omat rajansa. Organisaatioissa katsotaan pelottavan usein tehokkuutta vain lyhyentähtäimen näkökulmasta. Silloin on vaarana, että niin

johtajat kuin työntekijät uupuvat. Väsähtänyt ja uupunut työntekijä ei pysty olemaan idearikas ja luova. Johtajan tehtävänä onkin pitää hyvää huolta niin omasta kuin tiiminsä ja koko organisaation hyvinvoinnista. Ainoastaan silloin hän pystyy varmistamaan, että tehokkuuden vaatimaa uudistumista pitkässä juoksussa tapahtuu. Aika tarkkaan on tiedossa, mitä järkiperäinen johtaminen on, mutta vaikeampaa se on viedä käytäntöön. Johtajan suuri haaste on tunnejohtaminen. Johtajalta vaaditaan tunneälyä, hänen pitää pystyä välittämään organisaatiolleen innostusta, jotta hän saisi työyhteisönsä innostumaan ja jaksamaan työssään, Sydänmaanlakka (2010) kertoo.

Paasivaara (2010, 31) toteaa, että organisaation johtajan on tärkeää tunnistaa oma persoonallisuustyyppi ja sen vaikutus asioiden tulkintaan. Tällöin ymmärrys asioita kohtaan paranee ja keskinäinen vuorovaikutus työntekijöiden kanssa kehittyy. On hyvin inhimillistä, että tietyn tyyppiset ihmiset mieltävät tietyn tyyppisiin asioihin johtajan persoonallisuudessa.

Työn merkityksen ja tarkoituksen oivaltaminen on hyvä kannustin. Hyvä johtaja osaa käyttää hyväkseen henkistä älykkyyttään, joka saa työntekijät kokemaan ja oivaltamaan työn merkityksen ja tarkoituksen. Raha ja palkka ovat tärkeitä kannustimia, mutta nykyään ne eivät ainoastaan riitä. Ihminen on tunteva olento ja hän myös etsii tekemiselleen merkitystä ja tarkoitusta (Sydänmaanlakka 2010.)

Nykypäivän kulttuurierot luovat oman vaatimuksensa työyhteisössä. Haasteellista on erilaisuuden hyödyntäminen ja arvostaminen työpaikalla. Erilaisuus voidaan muuttaa kekseliäisyydeksi ja luovuudeksi. Johtajalta se vaatii kykyä moninaisuuden johtamisessa. Ihminen on kokonaisuus, jossa kaikki vaikuttaa kaikkeen. Kokonaiskuntoisuus on vaahtavaa, mutta tärkeimpiä asioita organisaatiossa (Sydänmaanlakka 2010.)

Ammatillista kuntoa pidetään työelämässä itsestäänselvyytenä, mutta se on vain pieni osa hyvinvointia. Pelkällä ammatillisella kunnolla ei pärjää kiireisessä, stressaavassa ja jatkuvasti muuttuvassa työelämässä. Kokonaiskuntoisuus vaatii paljon, mutta se auttaa asettamaan palikat kohdalleen. Työn ohella on jätävä aikaa ja energiaa myös perheelle, parisuhteelle ja harrastuksille. Muuten seurauksena saattaa olla uupumus. Kaikki hyvinvoinnin osa-alueet on muistettava ottaa huomioon, että ei lyö jotakin aluetta jatkuvasti

laimin. Tärkeää on kuitenkin löytää pahimmat laiminlyönnin kohteensa ja korjata niitä vähitellen. Seurauksena on entistä parempi tasapaino jaksamisen, uudistumisen ja tehokkuuden välillä (Sydänmaanlakka 2010.)

2.2 Itsetuntemus osana johtajuustaitoja

Itsetuntemus on tietoisuutta omista tunteista, heikkouksista, vahvuuksista ja toimintaa ohjaavista motiiveista. Johtajan hyvä itsetuntemus auttaa pysymään kiinni realiteeteissa. Realistinen johtaja suhtautuu tilanteeseen aina asiankuuluvalla tavalla, ei liian dramaattisesti, kriittisesti tai positiivisesti. Itsetuntemus auttaa johtajaa kanavoimaan omia tunteitaan kussakin tilanteessa. Itsetuntemus muovautuu johtamiskokemusten myötä, toisilta ihmisiltä saadun erilaisen palautteen sekä omien tuntemusten ja itsearvioinnin vuorovaikutuksessa (Paasivaara 2010, 40–41.)

Johtajan tulee riittävästi tunnistaa omat arvonsa, tavoitteensa, kiinnostuksenkohteensa, toiveensa, vahvuutensa ja rajoitteensa sekä tapansa johtaa ja toimia erilaisissa arjen tilanteissa. Samoin on tarpeen tunnistaa oman elämäntilanteen mahdollisuudet, vastuut ja rajoitukset. Kun tuntee itsensä, on myös helppo olla luonnollinen johtaja (Paasivaara 2010, 40–41.)

Nöllke (2004, 16) muistuttaa, että hyvä johtaja kykenee vaikuttamaan ryhmän toimintaan siten, että työyhteisölle asettamat tavoitteet saavutetaan. Johtohenkilöt ovat kuitenkin sidoksissa organisaation hierarkiaan, sillä muut johtohenkilöt ohjaavat heitä, heidän liikkumavaransa on rajallinen, joskus jopa huomattavasti kapeampi kuin heidän alaistensa liikkumavara. Johtohenkilön keskeinen ongelma voikin olla viestintä seuraavan tason kanssa. Yhteistyön toimivuus organisaation sisällä on erittäin tärkeää.

Itsetuntemus on osa itsensäkehittämisprosessia, jossa sisäinen kasvu on keskeisintä. Ihmisyyteen kuuluu olennaisesti kyky ajatella ja tuntea. Meillä kaikilla on käsitys siitä, minkälaisia ihmisiä tai johtajia olemme. Usein tämä käsitys on kuitenkin puutteellinen. Ihminen elää valitettavan usein etäelämää suhteessa itseensä. Tällöin oman käyttäytymisen ja oman toiminnan näkeminen toisten silmiin hämärtyy. Usein puhutaan ”mustan

pisteen syndroomasta”: emme ole tietoisia kaikista ominaisuuksistamme emmekä näe kaikkea sitä, mitä muut johtajuudessamme näkevät (Paasivaara 2010, 67–68.)

Toista ihmistä voi ymmärtää korkeintaan samassa määrin kuin itseään. Tunteiden yhdistäminen johtamiseen tulkitaan usein ”pehmoiluksi”. Johtamistyö ei kuitenkaan ole pelkkää älyllistä päättelyä, se on myös psykologiaa, varsinkin henkilöstöjohtamisen alueella. Erityisesti johtajalta edellytetään tietoisuutta omista tunteistaan. Näin hän kykenee tekemään järkiperaisii päätöksiä ilman, että tiedostamattomat tunteet värjäävät tilanteiden tulkintaa ja ovat siten harkittujen valintojen esteenä. Johtaminen on tunteiden ja älyn yhdistämistä, silloin työyhteisö toimii tehokkaasti (Paasivaara 2010, 74–76.)

2.3 Itsearviointin merkitys johtamisessa

Johtajaksi kasvamisen perusta on henkilökohtainen itsearviointi. Se auttaa ihmistä ymmärtämään paremmin itseään, toimintaansa ja käyttäytymistään. Kun arvioi rehellisesti itseään, oma osaaminen ja kehittämistarpeet tulevat selvemmin esiin. Itsearviointiin liittyy itsetulkinta, joka on osa käyttökelpoista palautejärjestelmää, jonka avulla johtaja voi itse vahvistaa omaa johtajuuttaan, oppimistaan ja koulutus- ja urasuunnitteluaan. Se voi edesauttaa myös jäsentämään ja varmentamaan johtajuuden epäkohtia ja lisätä näin motivoitumista ja sitoutumista itsensä kehittämiseen (Paasivaara 2010, 116.)

Itsearviointi voi olla myös erittäin hankalaa sisäisen arvioinnin perusteella, vaikka tietäisikin, mikä oma intohimo on. Osallistuminen tai työskentely eri projekteissa erilaisten ihmisten kanssa mahdollistaa uusien puolien löytämisen itsestään, jolloin voi arvioida, missä on hyvä ja mistä itse pitää. Omista mahdollisuuksistaan ei yksinkertaisesti voi tietää, ellei niitä ole kokeillut. Useat ihmiset voivat tehdä samaa työtä kolmekymmentä vuotta ja todeta myöhemmin: ”Voi herranen aika, en minä mitään tällaista halunnut tehdä!” (Harvard Business School Press 2005, 52.)

Useammat eivät ole koskaan tehneet varsinaista valintaa. He eivät edes osanneet arvioida, onko heillä intohimon kohteita tai eivät ainakaan löytäneet itsestään sellaisia. On myös ihmisiä, jotka eivät enää hallitse ympäristöään. Heistä tuntuu, että missään ei enää tunnu olevan järkeä. Johtuuko se siitä, että ympäristö muuttuu odottamattomalla tavalla

vai siitä, että yksilöt muuttuvat siinä samalla? Toisin sanoen, johtuuko uramuutos omasta muutoksesta vai organisaation muutoksesta (Harvard Business School Press 2005, 52.)

3 Itsensä johtaminen

Kun tänään tulit työpaikalle, johdit itse itseäsi. Kaikkiaan itsensä johtamisessa on kyse paljon laajemmasta asiasta, johon liittyvät jokaisen visiot ja unelmat siitä, miten toimia työyhteisössä. On tärkeää ymmärtää kokonaisuus, johon kuuluu ja se, miten omilla toimilla vaikuttaa yrityksen menestymiseen (Asiakashyöty.)

Salmimies (2008, 52) määrittelee, että jokaisen tulisi tunnistaa omat taipumuksensa, hyväksyä ne ja vahvistaa omia vahvuuksiaan niin, että elämä tuntuu elämisen arvoiselta. Onnellisuus ei ole kiinni ainoastaan geeneistä ja hyvästä tuurista, vaan sitä voi jokainen lisätä johtamalla itseään vahvuuksiaan hyödyntäen. Vain henkisesti kypsä ihminen kykenee tarvittaessa käyttämään ja ohjaamaan kaikkia perusolottuvuuksiaan, ajatteluaan, tunteitaan ja tahtoaan tasapainoisesti. Jokin näistä ulottuvuuksista, tunteen, ajattelun tai toiminnan alueista voi olla muita kehittyneempi.

Itsensä johtaja ottaa vastuun myös osaamisestaan. Hän miettii tarkoin, mitä tietoja ja taitoja pitää lisätä, jotta hän voi onnistuneesti työskennellä kehittyvässä työelämässä. Erityisen haasteellista on johtaa itseään työpaikan muutosvaiheessa. Yksilön on rohkeasti tehtävä johtopäätökset ja kokeilla uusia toimintatapoja sekä pyydettyä siitä palautetta. Energiaa on turha käyttää vastustamiseen. On myös turha odottaa sitä, että joku toinen johtaa sinua. Sinun on tehtävä se itse. Jotta motivaatio säilyy, täytyy syntyä oivalluksia. Innostunut työntekijä on myös kiinnostunut eri vaihtoehtoista (Asiakashyöty.)

Bischof (2004, 6) taas pitää itsensä johtamista erityisvahvuutena, jonka vain harvat hallitsevat. Kouluissa ja yliopistoissa ei opeteta tavoitteiden asettamista ja toteuttamista, työn organisoimista, ajankäytön hallintaa, tuloksellista yhteistyötä tai kommunikointia. Koordinoimaton työskentelytyyli kuluttaa paljon rahaa, aikaa ja hermoja, riippumatta siitä, onko päällikkö vai alainen.

3.1 Tunneäly osana itsensä johtamista

Tunneäly koostuu tunteiden tunnistamisesta ja hallitsemisesta, motivaation löytämisestä, vastuuntunnosta, empatiasta, ihmissuhteiden hoidosta sekä kyvystä hoitaa itse itseään (Internetix.)

Saavutuksien arvostaminen ja kiitollisuus arvostuksista saa aikaan myönteistä värähtelyä ja puhdasta iloa (Losier 2008, 15.) Persoonallinen kasvu tarkoittaa tietoisuutta omasta kasvusta, joka heijastuu ihmisen minäkuvasta eli minäkäsityksestä sekä itsetunnosta. Ihmisen minäkuva jaetaan usein kolmeen osaan: reaali minäkuvaan, joka kuvaa ihmisen käsitystä itsestään. Toisena ihanne minäkuvaan, joka kuvaa sitä, minkälainen ihminen haluaisi olla. Kolmantena normatiiviseen minäkuvaan, joka on ihmisen käsitys siitä, minkälaisena muut häntä pitävät, kirjoittaa Paasivaara (2010, 43.)

Itsensä kehittämisen prosessissa keskeisintä on persoonallinen kasvu. Persoonallinen kasvu käsittää omien tunteiden ymmärtämistä ja käsittelemistä, kertoo Paasivaara (2010, 74-76). Salmimies vielä lisää (2006, 54), että tunteet voivat saada tekemään sellaista, mitä katuu myöhemmin tai estää tekemistä sitä, mitä juuri nyt pitäisi tehdä. Mitä paremmin tietää, mitä tunnetta kokee, sitä helpompi on käyttäytyä asianmukaisesti ja sitä varmemmalta olo tuntuu. Käyttäytymistavat ja sosiaalinen asema vuorovaikutustilanteissa helpottuu, kun osaa käsitellä ja tiedostaa omat tunteensa. Mieleen voi nousta mitä ihmeellisimpiä uskomuksia ja ajatuksia joita tulisi jatkuvasti kyseenalaistaa.

Itsensä johtaminen saattaa osin olla aika yksinäistä. On osattava pitää huolta itsestään ja omasta jaksamisestaan. Joskus on osattava sanoa ei, vaikka kaikki eivät siitä pitäisikään. On siedettävä yksinäisyyttä ja sitä, että saattaa tulla haukutuksi "paskaksi". Eräs tärkeä itsejohtajuuden kehittämisen keino on vertaistuki. Sillä tarkoitetaan tukea, jota samassa elämäntilanteessa olevat henkilöt antavat toisilleen tasavertaisesti, vastavuoroisesti ja luottamuksellisesti. Kyse on kokemusten ja tunteiden jakamisesta (Paasivaara 2010, 138.)

3.2 Motivaatioon tärkeys johtaessa itseensä

Motivaatio muodostuu omien tavoitteiden asettamisesta, tavoitteiden hyötyjen näkemisestä, uskomisesta itseensä, onnistumisen kokemisesta ja vastoinkäymisten selviytymisestä (Salmimies 2008, 76.)

Salmimies (2008, 75) määrittelee motivaation olevan sisäistä, jolloin ketään ei voida motivoida ulkoapäin. Itse täytyy päättää motivoitua ja olla valmis ponnistelemaan päämäärän saavuttamiseksi. Ulkoinen motivaatio syntyy luvattujen palkintojen ja rangastusten järjestelmästä. Kun on riittävästi voimavaroja ja psyykkistä energiaa vapaana, on turhauman sietokyky hyvä. Tällöin kykenee esteidenkin ilmaantuessa säilyttämään kärsivällisyyden ja lykkäämään tyydytystä pidempään niin, että voi saavuttaa asettamansa tavoitteet.

Motivaatiota lisää kokonaisuuden tunteminen, kokonaisuuden palveleminen, tietoisuus siitä, että osaltaan vaikuttaa jonkin tärkeän syntymiseen ja sen säilyttämiseen sekä menestymiseen. Tästä syntyvä motivaatio on paljon vakaampi ja suurempi motivaatio, kuin voi syntyä monista niin kutsutuista motivoijista. Tämä asenne ja periaatteen soveltaminen on tärkeämpää, kuin itse asetettu pakko totuttaa itsensä kuriin ja saada aikaan motivaatiota. Tehokkaat ihmiset nostavat silloin tällöin pois paperista katsoakseen ikkunasta ulos ja kysyvät itseltään, mitä erikoisalani merkitsee maailmalle ja tälle organisaatiolle? Ketä tämä hyödyttää, mitä teen? Ja miten minun siksi täytyy se tehdä, jotta siitä on hyötyä? Nämä ovat yrittäjämäisen ajattelun motivoivia tekijöitä. Periaatteessa on kyse suoritetusta panoksesta, niin täytyy olla avoin, että pysyy oppimiskykyisenä ja innovatiivisena (Malik 2002, 92.)

Motivointiin voi myös etsiä ratkaisua, esimerkiksi mentoreiden verkostoa. Mentoroiijat voisivat olla henkilöitä, joista yksi henkilö olisi yrityksen sisältä, yksi henkilö, joka hallitsee oman alan ja yksi henkilö, jonka urakehitystä pitää kadehdittavana (Harvard Business School Press 2005, 156.)

3.3 Tavoitteiden asettaminen

Omien mahdollisuuksien selvittäminen on ensimmäinen askel kohti menestyksellistä itsensä johtamista. Kun oppii johtamaan itseään, voi myös johtaa muita. Ensin pientä tiimiä, sitten vähän isompaa, jonka jälkeen osastoa, isompaa osastoa ja aina vain suurempia yksiköitä (Nöllke, 2004, 75.)

Heti kun ajattelee uutta tavoitetta, puhuu siitä, kirjoittaa siitä, merkitsee sen kalenteriin tai kirjoittaa sen lapulle, jonka liimaa näkyvälle paikalle, on parhaillaan matkalla kohti uutta tavoitetta (Losier 2008, 107.) Itsekuri ja itsensä johtamisen taito ovat välttämättömiä yrittäjän ja myyjän ominaisuuksia. Kovin helppoa on jättää menemättä asiakkaan luo tai olla soittamatta hänelle. Varsinkin, jos aiemmat asiakaskontaktit ovat epäonnistuneet, tulee kokeneemmallekin edustajalle rimakauhu. Se taas pitkällä tähtäyksellä voi johtaa katastrofiin (Bischof 2004, 97.)

Bischofin (2004, 29, 97) mukaan neljä peruskysymystä auttavat tavoitteiden laatimiseen ja niiden saavuttamiseen: mihin pyrin muutoksella, miten pääsen tavoitteeseeni, mihin haluan ja mihin mennessä saavutan tavoitteeni? On hyvin tärkeää, että miettii jo tavoitteiden muotoilemisen aikana, mihin muutoksiin pystyy itse vaikuttamaan ja mitkä ovat riippuvaisia muista. Joskus voi olla, että täytyy lykätä tavoitetta tuonnemmaksi, mukauttaa sitä tai pyyhkiä se kokonaan pois toivomuslistalta.

Tavoitteiden asettamisen kaava:

1. Unelmoi, valitse yksi tavoite
2. Kysy itseltäsi nämä kaksi kysymystä:
 - a. Olenko kykenevä?
 - b. Olenko halukas?
3. Tee sitoutunut päätös toteuttaa unelmasi hyvässä mielentilassa
4. Kirjoita tavoite paperille eli konkretisoi se
5. Kartoita matkareitti tavoitteeseen (Marko Kaarto 2012.)

Toisto on avain menestymiseen. Toista paljon ja aseta tavoite näkyville, jotta törmäisit siihen usein (Marko Kaarto 2012.)

3.4 Ajanhallinnalla parempiin tuloksiin

Ajanhallinnassa on kyse siitä, että suunnittelee etukäteen ajankäyttönsä. Suunnittelun on tarkoitus helpottaa elämää ja vähentää stressiä, ei tuottaa lisäpaineita. Tarkoitus ei ole tulla kalenterin ja kellon orjaksi, vaan oppia hallitsemaan ajankäyttönsä mielekkäällä tavalla (Tukiverkko.)

Mielikuvilla on myös suuri voima toimintaan. Kun näkee itsensä tehokkaana ja aikansa hyvin käyttävänä ihmisenä alkaakin toimia sen mukaisesti. Ihminen, joka on aina kiireisen oloinen ei välttämättä ole tehokas, hän on vain toiminnasta riippuvainen. Ihminen, joka on sisäistänyt ajanhallinnan parhaimmillaan tietää, että 80 prosenttia tuloksista syntyy 20 prosentista toiminnasta. He osaavat priorisoinnin jalon taidon ja käyttävät aikansa omien tavoitteidensa saavuttamiseen liittyviin tehtäviin. He tekevät vähemmän kiinnostavat, tylsät työt äkkiä alta pois, jotta voisivat keskittyä paremmin todella tärkeisiin asioihin. Nämä ihmiset osaavat myös delegoida eli kaikkea ei tarvitse tehdä itse (Evan-Jones John.)

Bischof (2004, 44-45) taas määrittelee ajanhallinnan yhtenä tärkeimmästä itsensä johtamisen osatekijöistä. Mitä enemmän aikaa voi käyttää oleellisiin asioihin, sitä parempiin tuloksiin pääsee. Parempiin tuloksiin pääsemiseksi on tunnistettava oleelliset ja epäoleelliset asiat. Aika tulee käyttää oleellisiin asioihin ja antaa epäoleellisille asioille mahdollisimman vähän aikaa. Johdonmukaisen ajanhallinnan etuja ovat muun muassa keskittyminen oleelliseen, voimien hajottamisen estäminen, häiriöiden ja keskeytysten poistaminen, stressin ja hermostumisen poistaminen, tyyneys odottamattomien tapahtumien yhteydessä, itsekuri tehtäviä toteuttaessa ja päivätavoitteiden saavuttaminen. Myyjän tulee olla valmis lisäämään ajankäyttöä asiakkaiden kanssa sekä käyttämään enemmän aikaa kirjallisiin ja hallinnollisiin tehtäviin iltaisin ja viikonloppuisin.

Kapea erikoistumisala johtaa siihen, että henkilö ei pysty hoitamaan tehtävää kokonaisuutena yksin, vaan tarvitsee vielä viisi tai kuusi kollegaa avuksi. Tästä on seurauksena kokoustarpeen lisääntyminen. Kun tulee halu kutsua kokous koolle, pitää hetkeksi pysähtyä miettimään tarvitaanko tätä kokousta todella ettei kokoonnuta harkitsematto-

masti vaan aikaa jää todelliseen työn tekemiseen. Hyvälle tiimityölle on ominaista koustarpeen minimoiminen (Malik 2002, 238–239.)

3.5 Itsensä arviointi

Tosiasiassa vain hyvin harvat ihmiset arvioivat itsensä oikein. Monet eivät ole lainkaan tietoisia omista heikkouksistaan eivätkä vahvuuksistaan, koska ne näyttävät heistä niin itsestään selviltä. Ihmisillä on taipumusta selittää heikkoutensa pois. Jos jokin asia ei suju, siihen löytyy aina hyvä selitys: olosuhteet, sattuma tai muiden henkilöiden kyvyttömyys. Omasta mielestä käytöksemme näyttää usein hyvin järkevältä, emme voineet tehdä toisin. Heikkouksien lisäksi emme ole selvillä myöskään varsinaisista vahvuuksistamme. Siihen on kaksi syytä: Emme havaitse vahvuksiamme, koska niihin liittyvät työt sujuvat meiltä erityisen hyvin sekä sekoitamme vahvuutemme kykyihin, joita halusimme mielellämme, mutta joihin meillä ei ole taipumuksia (Nöllke 2004, 26–27.)

Lassila (2000, 72–73) kertoo, että järkiperäinen työyhteisö ei mene liian henkilökohtaisuuksiin, mutta kannustaa silti yksilöllisyyteen. Se pyrkii pitämään pelin reiluna, jotta työntekijä voisi pyrkiä omaan henkilökohtaiseen parhaaseensa ja näin ollen antaa mahdollisimman suuren hyödyn organisaatiolle. Hyvässä työyhteisössä otetaankin tärkeät kysymykset esille ilman, että niihin liitetään turhia paineita. Yksilön onkin organisaatiossa osattava pitää puolensa ja sopeutua samanaikaisesti. Hänen on tiedettävä, kuinka ajaa omaa etuaan sekä milloin on aika ajatella yhteistä hyvää. Ennen kaikkea on oltava rohkea ja opeteltava suhtautumaan ihmisiin niin hyvässä kuin pahassa. Hänen on myös tunnistettava oma todellinen stressinsietokykynsä ja osattava olla ottamatta nokkiinsa aina kaikesta.

Realistisen minäkuvan voi hankkia vain katsomalla neutraalisti ulkoapäin. Tähän on kolme mahdollisuutta: coaching, jossa luotettava ihminen tarkkailee toimintaa ja lopuksi keskustellaan, mikä meni hyvin ja mikä huonosti. Arvioinnissa taas alaiset, esimiehet tai kollegat arvioivat toimintaa. Pöytäkirjaan kirjoitetaan ylös se, mikä on tärkeää ja sen jälkeen analysoidaan (Nöllke 2004, 28.)

3.6 Vetovoiman lain hyväksikäyttö

The Secret (Byrne 2012, 45) -kirjassa kerrotaan, vetovoimasta ja sen merkityksestä. Vetovoiman lain mukaan samanlaisuus vetää puoleensa. Kun ajattelee jonkin ajatuksen, vetää samalla muita samanlaisia ajatuksia puoleensa. Losier (2011, 15) puhuu kirjassaan Vetovoiman salaisuus myönteisestä ja kielteisestä värähtelystä. Ihminen vetää puoleensa niitä asioita, joihin hän kiinnittää huomiota, kohdistaa energiaansa ja keskittyy, joko myönteisesti tai kielteisesti. Kielteistä värähtelyä eli tunteita ovat muun muassa pettymys, hämmennys, stressi, viha ja loukkaantuminen. Kun taas myönteistä värähtelyä ovat ilo, innostus, ylpeys ja itseluottamus.

Jos juuttuu työmatkaliikenteeseen ja päivän ensimmäinen asiakas peruuttaa tapaamisen, saattaa ajatella, että olisi kannattanut jäädä sängyn pohjalle. Näin saa aikaan kielteistä värähtelyä. Joku toinen puolestaan saattaa olla innoissaan juuri tekemästään isosta kaupasta ja lähettää näin ympärilleen positiivista värähtelyä. Hetken päästä hänelle ilmaantuuikin mahdollisuus solmia uusi, vielä parempi kauppa. Molemmissa tapauksissa toimii siis vetovoiman laki (Byrne 2006, 49.)

Tämänhetkiset ajatukset luovat tulevan elämän. Se mitä eniten ajattelee tai mihin keskittyy, toteutuu omassa elämässä. Ajatuksista tulee totta. Ajattelemalla mielessään päivän etukäteen ja miten haluaa sen sujuvan, virittäytyy tämän mielikuvan mukaiselle taajuudelle. Silloin on alkanut tietoisesti luoda itse omaa elämää (Byrne 2006, 41, 84.)

Salmimies (2008, 68) määrittelee itsensä johtamisen omien ajatusten, tunteiden ja tahdon ohjaamiseksi. Vuosien varrella kertyneet kokemukset onnen ja epätoivon hetkiin määrittävät vain osittain minkälainen elämästä tulee. Itsensä johtamisen taito ei ole synnynnäinen ominaisuus, vaan sen voi jokainen oppia. Elämässä onnistumiseen ja menestymiseen vaikuttavat monet muutkin tekijät kuin älykkyys. Näitä kykyjä ja taitoja, joita voi oppia ovat muun muassa empatiakyky, tunteiden tunnistaminen ja niiden säätely, aloitekyky, sinnikkyys ja itsekuri ja tavoitteiden asettaminen itselle. Tärkeä tekijä on myös joustavuus. Se, kuinka hyvin ja tarkoituksenmukaisesti kykenee sopeutumaan eri olosuhteisiin. Lisäksi epävarmuuden sieto ja tuntemattoman kohtaaminen ovat sellaisia taitoja, joita on syytä kehittää, sillä niitä tarvitaan niin työssä kuin muussakin elämässä.

Vetovoiman laki vaikuttaa itsensä johtamiseen. Tietoisien vetovoiman käyttöön voi itse vaikuttaa määrittämällä haluamansa asiat, suuntaamalla huomionsa tavoitteisiinsa ja sallimalla asioiden tapahtua. Ensin on siis hyvä määrittää asiat, joita ei halua. Seuraavaksi opetellaan kohdistamaan huomio oikein valitsemalla oikeat sanat. Kolmanneksi ja tärkeimmiksi unelmien toteutuminen riippuu täysin siitä, kuinka antaa asioille mahdollisuuden toteutua (Losier, 2008, 36.)

3.7 Stressin hallinta osana jaksamista

Sopiva määrä stressiä on elimistön hyvinvoinnin kannalta tarpeellista ja lyhytaikaisena se koetaan yleensä myönteisesti. Stressin seurauksena syke nousee, hengitys kiihtyy, verenpaine kohoaa ja stressihormonien erittyminen lisääntyy. Nämä stressireaktiot valmistavat reagoimaan erilaisissa haasteissa ja auttavat kohtaamaan myös uhaksi kokemat elämäntilanteet. Stressireaktio parantaa toimintakykyä niin, että pystyy toimimaan nopeammin ja tehokkaammin. Samalla valmiustila herkistyy ja edellytykset selviytyä tilanteesta paranevat. Stressireaktion synty sen enempiä kuin stressaaminen ei ole ongelma, jos muistaa pitää riittävästi palautusjaksoja ja rentoutua sekä muuten monipuolisesti huolehtia omista voimavaroistaan ja hyvinvoinnistaan, Salmimies (2008, 108) kertoo.

Stressi on toimintaa liikkeelle paneva voima ja siksi ihmiselle välttämätön asia. Lyhytkestoinen stressi parantaa suorituskkyä, mutta jatkuessaan pitkään stressi alkaa vaikuttamaan elimistöä kuluttavasti ja saattaa aiheuttaa erilaisia sairauksia esimerkiksi hartiakipuja, sydänoireita ja alttiutta flunssalle. Pitkäkestoinen stressi vaikuttaa myös tunneilmaisuihin, henkisiin toimintoihin sekä käyttäytymiseen. Sanotaankin että stressi on sisäistä kitkaa, joka estää asioiden luonnollisen kulun (Jibbo.)

Stressiä aiheuttavat ylikuormitus, alikuormitus ja muut ihmiset. Ylikuormituksessa tehtävien määrä on liian suuri käytettävissä olevaan aikaan nähden, tehtävät ovat liian vaativia omiin kykyihin nähden, vastuu on kohtuutonta ja odotukset ylisuuria. Alikuormituksessa tehtäviä on sen sijaan liian vähän, tehtävät ovat liian yksipuolisia ja helppoja ja vastuu on liian vähäistä. Ihmissuhteet ja sosiaaliset tilanteet voivat aiheuttaa myös stressiä. Koulumaailmassa, työelämässä ja opiskelussa joudumme jatkuvasti tekemään työtä toisten ihmisten kanssa ja yhteistuumin suorittamaan erilaisia tehtäviä.

Työnjako saattaa olla epätasainen tai yhteistyötaidot puutteellisia. Tämä saattaa aiheuttaa stressiä (Jibbo.)

Ihminen reagoi stressiin useilla eri tasoilla – elimistön reaktioilla, tunnereaktioilla sekä toiminnan tasolla ; elimistön stressihormonien määrä lisääntyy, ihminen saattaa huolestua sekä alkaa vaikkapa ponnistelemaan asian eteen. Stressin vaikutus henkilöön riippuu sen kestosta, määrästä ja hallittavuudesta. Osa stressistä syntyy isoista asioista – vaikeista, kauaskantoisista päätöksistä, kun taas osa stressistä syntyy pienistä, arkipäiväisistä asioista, jotka eivät suju tai vaivaavat mieltä – ovat kuin 'hiekkaa rattaissa' (Jibbo.)

Bischof (2004, 63) on sitä mieltä, että stressi on suurilta osin itse aiheutettua. Isoin osa stressistä liittyy suunnittelun ja itsekurin puutteellisuuteen. Kun suunnittelu on puutteellista, ihminen yrittää kaksinkertaistaa ponnistuksensa, koska hänen tavoitteensa on kadonnut näköpiiristä. Esimerkiksi hyvä valmistautuminen keskusteluihin johtaa siihen, että tietää jo etukäteen, miten ne tulevat etenemään. Sisäinen varmuus auttaa ylittämään lukuisia esteitä, jos suunnittelu on puutteellista, joutuu investoimaan aikaansa virheiden ja puutteiden poistamiseen. Tämä aiheuttaa itsensä suututtamista ja nostaa stressitasoa.

Stressitekijät eivät itsestään selvästi johda aina kielteisiin stressireaktioihin. Stressaantumattomien ihmisten salaisuus on siinä, että heillä on käytössään hallintakeinoja, joiden avulla he välttyvät haitalliselta stressiltä. Stressin hallintakeinoja ovat muun muassa tilanteiden valoisten puolien etsiminen, oman tilanteen vertailu muiden tilanteeseen, huumorin käyttäminen, omien kommellusten huvittavuuden tajuaminen, tilanteen vähättely sekä vaikeiden tilanteiden välttely (Jibbo.)

3.8 Henkisen kasvun merkitys itsensä johtamisessa

Itseään analysoimaan pysähtyneenä aikuisena persoonana kykenee ominkin henkisin voimin sellaiseen oivallukseen, jonka perusteella voi nähdä tiettyjä syy-seurausyhteyksiä omassa käyttäytymisessään. Voi miettiä etukäteen, minkälaisessa tilanteessa haluaisi seuraavalla kerralla menetellä toisin kuin tähän asti ja toimia kuten on suunnitellut. Kun opettelee uudenlaista käyttäytymistä, on jostakin tähänastisesta luopuminen oleel-

linen osa sitä. Totutuista tavoista luopuminen ei ole koskaan helppoa, mutta tässäkin se on uudenlaisen toimintatavan edellytys (Salmimies 2008, 256.)

Kokonaisvaltainen elämäntilanne edellyttää, että on fyysisesti energinen, tunnetasolla yhteydessä muihin ihmisiin, henkisesti keskittynyt ja sopu- ja yhteistyössä itsensä kanssa. Jos vahvuutena on innostus ja rohkeus tarttua samanaikaisesti useisiin eri haasteisiin, tarvitsee vetoapua siihen, että jokainen haaste vuorollaan siirtyy käytäntöön ja saavuttaa itselleen ja elämälleen asettamat päämäärät (Salmimies 2008, 215.)

Kärkkäinen (2002, 1999) kertoo Menesty innolla kirjassaan, että tutkimusten mukaan ihmisen hyvinvointi kokonaisuudessaan koostuu paitsi työn sisällöstä myös ajan antamisesta itselleen, suhteista kumppaniin ja perheeseen, yhteiskunnallisesta panoksesta, persoonallisuuden kehittämisestä ja henkisestä kasvusta. Jokainen kokee asioiden tärkeyden omalla tavallaan, mutta henkinen hyvinvointi koostuu näistä kaikista. Henkiset voimavarat edistävät henkilön elämäntilanteeseen muun muassa stressitilanteissa ja kriisissä. Elämäntilanne tarkoittaa taipumusta kokea elämässä tapahtuvat asiat ennakoitavina, hallitsevinä ja mielekkäinä.

Organisaatiot perustuvat toisista riippuvaisiin suhdeverkostoihin, joita useat niiden sisäryhmiin kuuluvat ihmiset ovat luoneet. Organisaation vahvuus syntyy yksilöiden välisistä suhteista, vahvimmat organisaatiot rakentuvat tunnelukutaitoisten työntekijöiden varaan, jotka kehittävät muiden työntekijöiden henkistä kasvua. Tämän aherruksen hyödyt ovat selkeät, sosiaalisesti älykkäät työntekijät voivat sujuvasti yhdistää ihmisiä. He ymmärtävät muiden työntekijöiden reaktioita ja tunteita. He osaavat johtaa ja organisoida sekä käsitellä työyhteisössä ilmeneviä erimielisyyksiä. Ihmiset, joilla on kehittynyt empatian kyky voivat rutuilla tarkkailla eri henkilöiden eleitä, asentoa ja jännittyneisyyttä. Hienovaraisetkin eroavaisuudet voivat aiheuttaa suuria väärinkäsityksiä. Rakentamalla ymmärtämystä ihmisten kanssa, voi minimoida epäsovun ja maksimoida tavoitteiden täyttymisen. Tällaiset henkilöt ovat luonnollisia johtajia ja he osaavat ilmaista sanomattomia yhteisiä asenteita selkeästi ja näin ohjaa ryhmää kohti yhteisiä tavoitteita (Harvard Business School Press 2005, 117–118.)

Sosiaalisesti älykkäät työntekijät saavat muut ihmiset hyvälle tuulelle ja saavat aikaan kommentteja, kuten: ”Onpa hauska työskennellä sinunlaisesi ihmisen kanssa”. Tämä luo organisaatiolle tuottavuutta (Harvard Business School Press 2005, 118.)

4 Myynnin perusteet

Rope (2003, 54) määrittelee kaupanteon liiketoiminnan keskeisimpänä ytimenä. Kauppaa on tehty aina, kautta historian eikä ole näköpiirissäkään tilannetta, jossa kaupanteko olisi merkitykseltään vähenevää sorttia. Kaupan tekemisen ydintä on myyminen. Myynti lajina on vielä sen verran armoton, että vain voittosija on toimiva tulossija (Rope 2009, 38.)

Sarasvuo ja Jarla (2007, 8) taas määrittelevät, että kyky myydä hyvin on arvokkain ihmishuuhdetaito, jonka itselleen voi kehittää. Mitä paremmin myyjä ymmärtää ihmistä, sitä paremmat mahdollisuudet hänellä on kaupan tekoon. Myös kaikki taloudellinen hyvinvointi syntyy myymisestä. Tuotanto, suunnittelu, keksinnöt, jakelu, tutkimus, markkinointi ja muu taloudellinen toiminta saavat arvonsa vasta, kun joku myy jotain jollekin. Menestyvien yritysten kassavirta on terve, koska menestyvät myyjät pitävät niiden asiakassuhteet kannattavina. Myyminen selittää menestymisen myös yksilötasolla. Hyvät myyjät kukoistavat millä tahansa markkinoilla, pahimmankin konkurssin jälkeen.

Kaikki vähänkään merkityksellinen vuorovaikutus toisten ihmisten kanssa on myymistä. Kasvattaminen, johtaminen, palvelu, tiimityö, neuvottelut, parisuhteen syventäminen ja lukemattomat muut vuorovaikutustilanteet vaativat kykyä myydä päämääriään, arvojaan, tapojaan ja itseään (Sarasvuo & Jarla 2007, 8).

Perinteisesti myymistä on ajateltu toimintona, jonka tavoite on saada asiakas ostamaan jotain, mitä tämä ei alun perin halunnut tai uskaltanut ostaa. Myymistä voidaan määritellä muun muassa seuraavin lausein: Myyminen on tavoitteiden siirtämistä toisiin ihmisiin niin, että nämä mielellään näitä tavoitteita toteuttavat. Myyminen on vuorovaikutusta, joka tähtää kummankin osapuolen käyttäytymiseen myönteiseen muutokseen ja hyödyn yhtäaikaan kasvattamiseen. Myyminen on asiakkaan tuotteeseen liittämän arvon kasvattamista niin kauan, että asiakas kokee arvon suuremmaksi kuin hinnan (Sarasvuo & Jarla 2007, 9.)

Jotta myyjä kehittyisi briljantiksi myynnin ammattilaiseksi täytyy hänen hallita tuotetietous, myyntitaidot eli myyntiprosessi ja tunnetila eli asenne. Myyminen on harjoiteltava taito, ei ominaisuus (Sarasvuo, Jarla 2007, 10,12.)

4.1 Myyntiprosessin vaiheet

Myyntiprosessissa myyjä selvittää asiakkaan tilanteen ja tarpeet sekä pyrkii saamaan tämän vakuuttuneeksi siitä, että juuri hänen tarjoamansa ratkaisu on oikea. Prosessi on usean ostotapahtuman muodostama toimintaketju tai tapahtumasarja. Se on toistettavissa, kerrattavissa ja mallinnettavissa, todetaan Myyntityön käsikirjassa. Asiakkaan ostoprosessi etenee eri vaiheiden mukaan luottamuksesta päätökseen. Myyjän myyntiprosessin on vastattava asiakkaan ostoprosessia (Alanen, Mälkiä, Sell 2005, 65.)

Rope (2003, 59) taas kuvaa myyntiprosessin viiteen eri vaiheeseen. Henkilökohtainen myyntityö on kaupankäyntiviestinnän ydinelementti. Ensimmäinen vaihe on valmisteluvaihe, johon kuuluu perustietojen selvittäminen, ajankäytön suunnittelu ja myyntineuvottelun valmistelu. Seuraavaksi on myyntikeskustelu, jossa suoritetaan avaus, tarvekartoitus, ongelmanratkaisu ja epäilyjen häivyttäminen. Kolmas vaihe on tarjousvaihe, jossa tarjous rakennetaan ja esitetään. Tämän jälkeen tulee kaupan päättämismomentti, jonka aikana rohkaistaan ja tehdään aikalisä tai kiirehdytään. Viimeisenä on jälkihoito, johon kuuluu tyytyväisyyskyselyt, tervehdykset, asiakaslehdet ja kutsut asiakastilaisuuksiin.

Myyntiprosessin hallinnassa auttaa myynnin portaiden noudattaminen. Siinä myynti etenee selkeästi tarjouksen tekemisestä kaupan päätökseen. Myyjän tulee tehdä asiakas-kohtaaminen täysillä kohti tavoitetta, mutta strategisesti oikein. Asiakas odottaa enemmän kuin vain teknillistä suoritusta ja tuotetietoutta. Asiakkaalla täytyy olla halua, tarvetta ja kiinnostusta, miksi hän tekisi kaupan. Myyjän on osattava kartoitusvaiheessa ottaa selvälle kaikki tarpeellinen asiakkaasta, kuten ongelmat, tarpeet, arvostukset, odotukset ja toivomukset. Samalla myyjä myös auttaa asiakasta täsmentämään ajatuksiaan kaupan kannalta (Vuorio 2008, 58–59.)

4.2 Eri myyjätyypit

Usein on sanottu myyjänä toimimisen edellyttävän tiettyä ihmistyyppiä. Se, millainen tämän tyyppin tulisi olla, onkin jo vaikeampi kysymys. Myynnissäkin, niin kuin kaikissa muissakin töissä on kyse tehtävästä ja tehtävän mukaisesta roolista, tämä rooli tulee tehdä oman persoonansa kautta. Tästä seuraa, että samanlainen myyntitehtävä voidaan tuloksellisesti tehdä hyvinkin monella tavalla. Myyntityö on käytännössä niin vaativaa ja henkisesti raskasta työtä, että ilman aitoa motivaatiota sitä ei kauan jaksakaan (Rope 2003, 108.)

On selvää, että ikä vaikuttaa myyjänä onnistumiseen. Nuorella on omien kykyjen näyttämiseen jaksamista ja intoa, jotka saattavat hyvin korvata joitain nuoruudesta mahdollisesti johtuvia puutteita, esimerkiksi tuotetietämyksen. Myyjän tehtävän ei voida sanoa sopivan paremmin miehelle tai naiselle. Joihinkin myyntitehtäviin on naisen sanottu olevan enemmän omiaan ja joihinkin tehtäviin katsotaan miehen sopivan paremmin. Sujuva ja luonteva ulosanti on aina myyjälle eduksi (Rope 2003, 55.)

Rope (2003, 56) lisää vielä, että pärjätäkseen myyjänä henkilön tulee kyetä mukautumaan mitä erilaisimpiin asiakkaisiin ja tilanteisiin. Näissä auttavat myyjän oivaltavuus, nokkeluus, tilanneherkkyys ja mukautumiskykyisyys. Usein myyjätyypeistä sanotaan, että ne ovat kuin samasta muotista valettu. Myyntiä voi kuitenkin tehdä varsin monenlaisella otteella, ja positiivisena pidettävät persoonallisuuden piirteet ovat aina myyjälle eduksi. Myynti on lähtökohtaisesti palvelutyötä ja siksi myyjän tulee asennoitua asiakkaan ehdoilla kaikissa mahdollisissa töissä. Eri ihmisiä motivoivat varsin erilaiset seikat. Joitakin motivoi toimintavapaus, toisia taloudelliset ansiomahdollisuudet, joitakin hienot tittelit ja näyttävät ulkoiset menestysmerkit. Myyntitaito on perustasolla aina opittavissa. Näin ollen henkilö, jolla on riittävät tiedolliset ominaisuudet ja halu myyntityöhön, oppii kyllä myynnin vaatimat tiedot, niin koulutuksen kuin käytännön harjaantumisen kautta.

4.3 Huippumyyjän ominaisuudet

Rummukainen on tehnyt haastattelun yli 120 huippumyyjälle kirjassaan *Huippumyyjä* (2008, 11.) Kenttätutkimukset osoittavat, että huiput eroavat keskivertomyyjistä noin kahdeksassa eri ominaisuudessa tai taidossa. Huippumyyjien tunnusmerkit toistuvat uudelleen ja uudelleen riippumatta alasta tai alueesta. Näitä tunnusmerkkejä ovat asenne, ajankäytön hallinta, myyntiesittelytaidot, tuotetietous, ulkoinen olemus, uusasiakashankinta ja lisämyynti, kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa sekä kaupanpäästötaidot. Useimmiten huippumyyjät hallitsevat kuudesta seitsemään näistä kahdeksasta ominaisuudesta.

Voidaan vielä kysyä, miksi myyjien sitten tarvitsee olla voittajia. Myyjä elää kilpailussa ja kilpailusta. Hän elää menestyksestä ja kärsii epäonnistumisesta. Hänen täytyy kilpailuyhteiskunnassa kuulua voittajiin – tai hän tuhoutuu. Kolme kysymystä, joita jokaisen myyjän pitäisi nykyisin pohtia ovat: Minkälaisen potentiaalin näet asiakkaissasi? Miten menettelet yksittäisten asiakkaiden kanssa? Mitä aloitteita olet tätä varten suunnitellut? (Altman 2002, 17, 73.)

Huipulle pääsemisen salaisuus on myynnissäkin vastuunotto. Huippumyyjät ottavat selkeästi vastuun omista myyntituloksistaan sekä rakastavat perusasioita ja suunnittelevat tekemisensä (Rummukainen 2008, 138, 150). Menestyvien myyjien tunnuspiirteitä ovat kilpailuhenkisyys ja haasteista syttyminen sekä suunnitelmallisuus. Myyjän yhdeksi tärkeimmistä ominaisuuksista voi sanoa tunneälyä. Myyjän tunneälyä osoittaa se, että hänellä on kyky vastata asiakkaan tunteisiin oikealla tavalla eri tilanteissa. Vahvempi tunnetila tarttuu joko myyjältä asiakkaalle tai päinvastoin (Alanen, Mälkiä, Sell 2005, 68.)

Myyntityöstä tehdään useissa yrityksissä liian monimutkaista ja unohdetaan keskittyä perusasioihin. Kun taas myyntiorganisaatio selittää huonoa myyntiä liian korkeilla hinnoilla. Hinnalla ei kuitenkaan useimmissa tapauksissa ole mitään tekemistä sen kanssa, käykö kauppa vai ei. (Rummukainen 2008, 145.)

Huippumyyjän ja keskivertomyyjän asenteet eroavat eniten kolmessa perusasiassa, jotka ovat myynnin arvostaminen, tuotteen arvostaminen ja takaiskuihin suhtautuminen. Kun keskivertomyyjä kokee takaiskun, eli kauppa peruuntuu tai asiakas ei osta, niin mitä hän tekee. Hän masentuu, rypee itsesäällissä ja hokee, että arvasinhan ettei tästä mitään tule, olen huono myyjä. Kun taas huippumyyjä analysoi tilanteen eli mikä meni hyvin, mitä olisin voinut tehdä paremmin ja miten tästä eteenpäin. Usein huippumyyjä suorastaan sisuuntuu ja päättää tehdä yhden peruuntuneen kaupan tilalle kaksi onnistunutta kauppaa (Rummukainen 2008, 147.)

Yrityksen tai esimiehen antaman myyntitavoitteen lisäksi lähes kaikilla huippumyyjillä on heidän itsensä laatimat myyntitavoitteet, jotka ovat suurempia kuin edellä mainitut (Rummukainen 2008, 113.) Lisäksi tuotetietous eli tietämys siitä tuotteesta tai palvelusta, jota myyjä myy, on yksi huippumyyjän tunnusmerkeistä. Huippumyyjät eroavat tuotetietouden suhteen siinä, että he kertovat, miten asiakas hyötyy myytävästä tuotteesta tai palvelusta. Pekkarinen ja Vornanen (2006, 75) kirjoittavat puolestaan, että tuotteen hyötytekijöiden korostaminen ei tarkoita muiden tietojen salaamista. Oleellista on, että asiakkaalle koitua hyöty esitellään ensin ja sitten vasta muut seikat, kuten palvelumaksut, tuotteen hinta myöhemmässä vaiheessa myönteisessä hengessä. On varottava pahinta ajattelun ansaa eli luuloa, että asiakas kyllä tietää tai arvaa hyödyn.

4.4 Keskiverto myyjän ominaisuudet

Päätyökseen myyntiä tekevän myyjän on oltava aidosti halukas myynnin tekemiseen. Jos myyntiä ei koe omaksi lajikseen, ei myyminen päätyönä yleensä myöskään ole tuloksekasta. Myyminen lähteeikin varsin pitkälle liikkeelle myyjän persoonasta, halusta ja asenteesta (Rope 2003, 97.)

Myyjän kuudesta yleisestä virheestä ensimmäinen on ostopotentiaalin aliarvioiminen. Myyjä uskoo liikaa tuleviin tilauksiin, niiden suuruuteen ja katteeseen ja se halvaannuttaa muun toiminnon. Myyjä voi väheksyä seurantatyötä eikä suunnittele työtään tarpeeksi. Tulosten tai tuloksettomuuden havainnointi perustuu ”musta tuntuu” –periaatteeseen. Myyjä luottaa liikaa hyviin asiakassuhteisiin ja aliarvioi kilpailutilannetta. Pahimmillaan myyjä ei tee uusasiakashankintaa lainkaan ja hänen taitonsa ruostuvat,

jolloin kehitys loppuu. Myyjällä on väärä suuntaus. Hän käyttää energiansa väärin asioihin. Hyvä myyjä on ajankäytön hallinnan ammattilainen. Myyjä keksii ennen myyntitapahtumaa syitä siihen, miksi asiakas ostaa tai ei osta, ja toimii niiden oletuksien mukaan. Myyntitapahtumat pitää käydä läpi ilman ennakkoluuloja (Vuorio 2008, 35.)

5 Tutkimuksen tarkoitus

Myyntityössä tarvitaan jatkuvaa koulutusta ja sparrausta. Empiirisessä tutkimuksessa selvitettiin kyselyn avulla, ovatko myyjät tyytyväisiä nykyiseen koulutustarjontaan. Kyselyssä kysyttiin myyjien tietämystä itsensä johtamisesta ja kartoitettiin huippumyyjien osaamista. Teorian tueksi tehtiin kyselytutkimus If Vahinkovakuutusyhtiössä myyntityössä työskenteleville. Työn tarkoituksena on antaa tietoa Ifille siitä, minkälainen osaamistaso myyjillä on tällä hetkellä ja minkälaista koulutusta jatkossa halutaan, jotta päästään parempiin myyntituloksiin. Kyselyn tulosten pohjalta voidaan kehittää Ifin myyntikoulutusta, joka edistää vastaavasti myynnin tuloksia.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön empiirisessä osassa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen tutkimus on tieteellinen menetelmä, joka perustuu tutkittavan asian kuvaamiseen ja tulkitsemiseen tilastojen ja numeroiden avulla (Jyväskylän yliopiston Koppa). Tässä työssä on käytetty kvantitatiivista menetelmää, koska siitä saadaan yleistietoa, joka on helposti yleistettävissä. Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on saada selville pieneltä joukolta tutkittavaan ongelmaan kohdistuvaa tietoa. Pieni joukko vastaajia eli otos edustaa koko perusjoukkoa (Kananen 2008, 10.)

Kyselyssä käytettiin kyselylomaketta ja näin saatiin koottua tietyin kriteerein valitulta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin. Tutkimuksen kohteena oli summittaisella otoksella valikoitu otos Ifin kaikista myyntityössä työskentelevistä myyjistä. Otos koostui 70:stä myyntitehtävissä työskentelevästä, johon kuuluu myyntityö puhelimitse, paikallistapahtumissa ja tapaamisissa sekä re- että proasiakasvirrassa. Tällöin saatiin mahdollisimman monipuolinen katsaus tämän hetkisestä osaamisesta ja tarpeista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistua tilastollisin menetelmin (Kananen 2008, 10). Tässä työssä tutkimuksesta eli kyselystä saatu tieto vietiin Exceliin, jossa se on tarkemmin havainnoitu ja käsitelty muun muassa ristiintaulukoinnin avulla.

5.2 Tutkimusprosessi

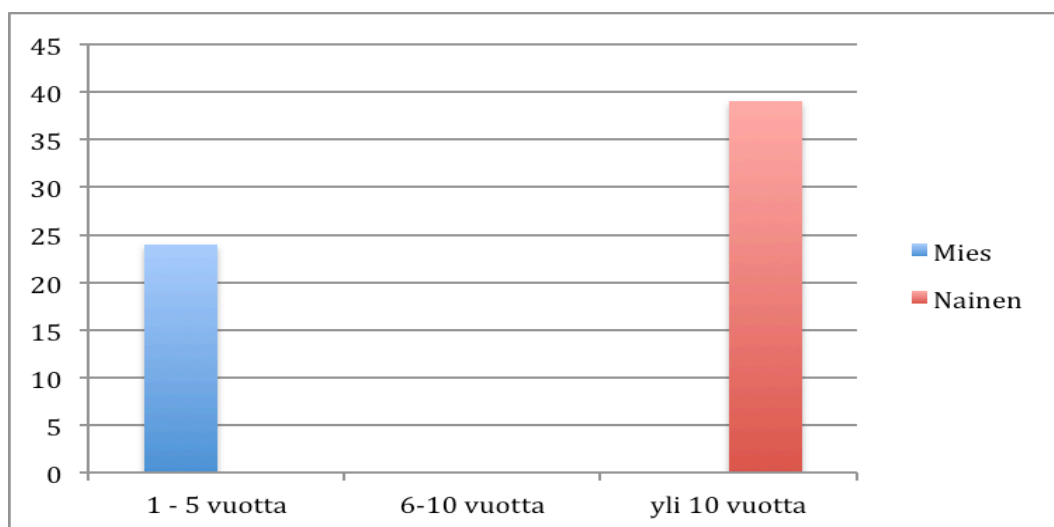
Lähtökohtana kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tutkimusongelma, johon haetaan ratkaisua tai vastausta. Tässä työssä tutkimusongelmana on: Miksi myyjät eivät pääse myyntitavoitteisiinsa? Alaongelmana selvitetään vastaako Ifin tämän hetkinen myyntikoulutus myyjien tarpeita. Kun tutkimusongelma on selvillä, mietitään mitä tietoa tarvitaan ongelman ratkaisemiseksi ja mistä tieto hankitaan ja miten se kerätään. Kyselytutkimuksen kysymysten pitää palvella tutkimusongelman ratkaisua ja tutkimukseen otetaan mukaan vain ne kysymykset, jotka ovat välttämättömiä ongelman ratkaisun kannalta (Kananen 2008, 11.)

Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeilla. Kysely koostui kolmesta eri osiosta, vastaajien taustatiedoista, heidän itsensä johtamisen tiedoista ja myyntitaidoistaan. Lomakkeen kysymykset pohjautuivat tutkimusongelmaan ja viitekehykseen. Kysymykset laadittiin perustuen myynti- ja itsensä johtamisen kirjallisuuteen, joihin kuului muun muassa Onnistu itsesi johtamisessa ja Myyntitaidon käsikirja. Kysymystekstit laadittiin tarkkaan niin, ettei virhetulkinnoille ollut varaa eikä niitä voinut tulkita kuin yhdellä tavalla. Teksti kirjoitettiin ystävälliseen ja houkuttelevaan sävyyn. Kysymyslomaketta testattiin pienelle testiryhmälle, joka koostui oman työpisteen myyntihenkilöistä. Esitestauksen jälkeen lomakkeisiin tehtiin vielä muutamia täsmentäviä korjauksia.

Valmiiksi tulostetuissa lomakkeissa oli strukturoituja kysymyksiä, joissa vastausvaihtoehdot kyllä tai ei, sekä lopuksi tilaa omille kommenteille. En tiedä –vaihtoehtoa ei erikseen ollut valittavana, koska kysymykset olivat kaikki sellaisia, joista vaihtoehdon pystyy valitsemaan. Kysely lähetettiin 70:lle satunnaisesti valituille Ifin myyntihenkilöille postitse työpisteeseen palautuskuorineen, jolloin ei ollut mahdollista, että joku muu kuin myyntihenkilö itse olisi sen voinut täyttää.

6 Tutkimustulokset

Kyselylomakkeen taustatiedoissa selvitettiin vastanneiden sukupuoli, ikä ja kokemus myyntityöstä. Kyselyn saaneista 70:stä siihen vastasi 90 % eli 63 henkilöä, joista naisia oli 38 henkilöä eli 61 % ja 39 % miehiä eli 25 henkilöä. Naisista suurin osa oli iältään yli 50-vuotiaita ja miehet olivat ikäryhmässä 20–30 -vuotiaat. Kyselyyn osallistujista naisista kaikki ovat työskennelleet myyntityössä yli 10 vuotta ja miehistä kaikki ovat työskennelleet myyntialalla vain 1-5 vuotta (Kaavio 1).



Kaavio 1

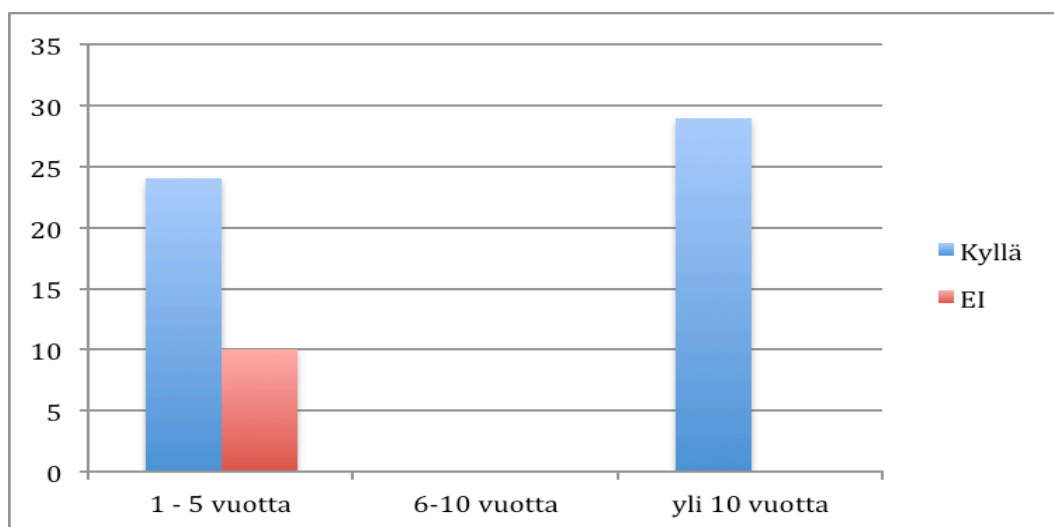
Kysyttäessä itsensä johtamisesta vastaajista 70 % eli 44 henkilöä tiesi, mistä alueista itsensä johtaminen koostuu. Vastaajista 30 % eli 19 henkilöä ei tunnistanut eri alueita. Vastaajista 77 % eli 49 henkilöä kokee, että itsensä johtamisen koulutus on tärkeämpää kuin myyntikoulutus (Kaavio 2).

| | 1-5 -vuotta | 6-10 -vuotta | yli 10 -vuotta | Yhteensä |
|---------------------------|-------------|--------------|----------------|----------|
| Myyntikoulutus | 5 | | 9 | 14 |
| | 8 % | | 15 % | 23 % |
| Itsensä johtaminen | 20 | | 29 | 49 |
| | 31 % | | 46 % | 77 % |
| Yhteensä | 63 | | 63 | 63 |
| | 100 % | | 100 % | 100 % |

Kaavio 2

Vastanneista 8 % eli 5 henkilöä ei tunne itsensä johtamisen osa-alueita, mutta silti pitää myyntikoulutusta tärkeämpänä kuin itsensä johtamisen. Vastaajista sama määrä eli 5 henkilöä ei tunne omia vahvoja ja heikkoja puoliaan. Vastaajista 61 % eli 38 henkilöä on tietoinen omista johtajuus ominaisuuksistaan, kun taas 39 % eli 25 henkilöltä tämä tieto puuttuu. Vastaajista 8 % eli 5 henkilöä on saanut koulutusta itsensä johtamiseen.

Palautteen antamisessa 77 % eli 49 henkilöä oli antanut palautetta esimiehelleen tai kollegalleen viimeisen kuukauden sisällä ja 27 % eli 14 henkilöä viimeisen vuoden sisällä. Positiivisen ja negatiivisen palautteen hyödyntämisen osasi 85 % eli 54 henkilöä, kun taas 15 % eli 10 henkilöä ei tätä taitoa tunnu omaavan (kaavio 3).



Kaavio 3

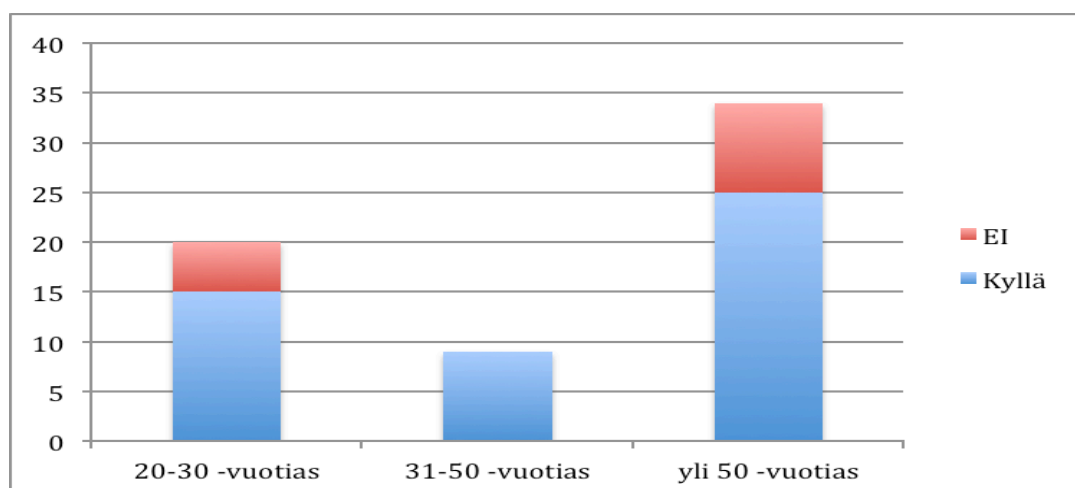
Myyntiosiossa kysyttiin perusedellytyksistä työhön eli muun muassa markkinoinnin tukea myyntiin sekä asiakaskohteiden määrää ja laatua. Vastaajista 69 % eli 43 vastaajaa tunsi, että edellytykset ovat kunnossa, 31 % eli 20 vastaajaa ei näin tuntenut.

Vastaajista 92 % eli 58 henkilöä hallitsee myynnin ammattilaiselta vaadittavat ominaisuudet, kun taas 8 % eli 5 henkilöä ei tunnu hallitsevan. Huippumyyjän ominaisuudet hallitsee 62 % eli 40 henkilöä ja 36 % eli 23 henkilöä ei näitä tunnista (Kaavio 4).

| | 1-5 -vuotta | 6-10 -vuotta | yli 10 -vuotta | Yhteensä |
|----------|-------------|--------------|----------------|----------|
| Kyllä | 20 | | 20 | 40 |
| | 31 % | | 31 % | 62 % |
| En | 3 | | 20 | 23 |
| | 5 % | | 31 % | 36 % |
| Yhteensä | 63 | | 63 | 63 |
| | 100 % | | 100 % | 100 % |

Kaavio 4

Vastaajista 77 % eli 49 henkilöä osaa asettaa rajat työn ja vapaa-ajan välille, kun taas 23 % eli 14 henkilöä ei tunne, että vapaa-aika on tasapainossa työnsä kanssa (kaavio 5).



Kaavio 5

Vastaajilla oli mahdollista antaa myös muita vapaamuotoisia kommentteja. Nämä kommentit koskivat tulevia koulutuksia, joihin haluttiin parempaa suunnittelua, koskien itsensä johtamista myyntityössä. Tästä haluttiin myös tarkempaa tietoa, mitä itsensä johtaminen pitää sisällään ja antaako se apua myynnin tuloksiin. Osa kommenteista koski työn ja vapaa-ajan hallintaan liittyvää epätasapainoa. Haluttiin jopa tiukempia rajoja työaikoihin.

Hyvään vastausprosenttiin vaikutti varmasti myös se, että Ifin myyntihenkilöstö on erittäin aktiivista sekä innokasta itse osallistumaan ja vaikuttamaan omaan työhönsä. Tutkimuksen myötä kävi myös ilmi, että vastaavia kyselyitä koulutuksen tarpeesta ei ollut myyntityötä tekeville aikaisemmin tehty ja vastaajat olivat varsin tyytyväisiä kyselyyn.

6.1 Tutkimustulosten tarkastelu

Kyselyn perusteella voidaan havaita, että ensinnäkin vastanneista kaikki naiset ovat työskennelleet myyntialalla yli 10 vuotta, joka varmasti johtuu siitä, että vakuutusala on ollut hyvin naisvaltainen eikä vaihtuvuutta juurikaan ole ollut. Perinteisesti myynti on kuulunut osana asiakaspalveluun. Kyselyyn vastanneista miehistä suurin osa oli alle 30-vuotiaita ja kokemusta myyntialasta heillä oli vain 1-5 –vuotta. Tämä osoittaa myös, että vakuutus- ja myyntiala kiinnostavat nykyisin nuorempia miehiä, kuin aikaisemmin. Kyselystä selvisi, että Ifissä on nyt alettu panostaa uusiin myyntihenkilöihin. Työyhteisön vähäinen vaihtuvuus on ehkä ollut syynä siihen, että myyntihenkilöstön koulutukseen ei ole myöskään aikaisemmin panostettu.

Itsensä johtamisen koulutusta halusivat kaikki alle 30-vuotiaat. Yllättävää on, että myös he, jotka ovat työskennelleet myyntityössä yli 10 vuotta halusivat itsensä johtamisen koulutusta. Nähtävästi itsensä johtamiseen koulutusta ei Ifissä ole missään vaiheessa ollut. Pieni osa vastaajista eli 8 % ei tuntenut itsensä johtamisen osa-alueita, mutta silti kokee myyntikoulutuksen tärkeämpänä työssään. Tähän varmasti auttaa itsensä johtamisen läpikäynti, jolloin sen osa-alueet selkenevät. Ifissä on juuri ollut työnkuvamuutoksia, jossa asiakaspalvelijoista on nimitetty myyntihenkilöitä. Näiden asiakaspalveluhenkilöiden työnkuvaan ei ole aikaisemmin suurelta osin kuulunut myyntitehtävät.

Suurin osa eli 92 % vastaajista tunsi omat vahvat ja heikot puolensa. Heistä 69 % tunnisti myös johtajuusominaisuudet, mutta yllättävää oli, että niinkin moni kuin 22 % ei tunnistanut omia johtajuusominaisuuksiaan. Itsensä johtamiseen kuuluu myös vahvojen ja heikkojen puolien analysointia, jolloin henkilö pystyy kehittämään juuri tarpeellisia myynnin onnistumiseen liittyviä tekijöitä.

Kollegoille tai esimiehille palautteen antajat 60 % vastaajista, osaavat myös itse hyödyntää saamansa positiivisen ja negatiivisen palautteen. Kun taas 15 % vastanneista ilmoittaa, että ei osaa hyödyntää itseään koskevia palautteita.

Myyntiosiossa tiedusteltiin ovatko perusedellytykset myyntityöhön kunnossa ja vastanneista 69 % koki, että näin on. Näinkin vähäisen vastausprosenttimäärän saaminen myyntityön perusedellytyksiin, jotka ovat kuitenkin tärkeimpiä asioita myyntityössä vaatii keskustelua, pohdintaa ja yhteistyötä myyntihenkilöstön ja lähimpien esimiesten kanssa.

Tuotetietouden, myyntiprosessin ja asenteen hallitsivat 92 % vastanneista. Tämä tukee sitä tosiasiaa, että tämän hetkinen Ifin tarjoama myyntikoulutus sisältää juuri tuotetietouden ja myyntiprosessin hallintaa. Ristiriitaista tutkimuksessa kuitenkin oli, että näistä vastaajista 38 % ei tiedosta huippumyyjän tunnusmerkkejä. Näistä huippumyyjän tunnusmerkeistä esimerkiksi ajankäytön hallinta, ulkoinen olemus ja kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa kuuluvat itsensä johtamisen koulutukseen. Kysymykseen vastanneista suurin osa kaipasikin lisää itsensä johtamisen koulutusta sekä tietoa, mitä se sisältää. Itsensä johtamisen koulutus auttaisi myyntityössä onnistumiseen.

Työn ja vapaa-ajan tasapaino oli hallinnassa 77 % vastaajista. Loput 23 % vastaajista, jotka eivät tunnistanee itsessään huippumyyjän tunnusmerkkejä eivät myöskään osanneet asettaa rajoja työllensä. Ajankäytön hallinta on yksi tärkeä osa joka täytyisi sisällyttää tuleviin myyntikoulutuksiin. Pelkällä ammatillisella kunnolla kiireisessä, stressaavassa ja muuttuvassa työelämässä. Kokonaiskuntoisuus vaatii, että työn ohella on jätävä aikaa ja energiaa myös perheelle, parisuhteelle ja harrastuksille, muuten seurauksena saattaa olla uupumus.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Luotettavuuden arviointi on keskeinen osa tieteellistä tutkimusta, sillä tutkimukselle on asetettu tiettyjä normeja ja arvoja, joihin sen tulisi pyrkiä. Reliabiliteetti tarkoittaa luotettavuutta, käyttövarmuutta ja toimintavarmuutta (KvantiMOTV.) Toistettaessa tutkimus saadaan aina sama tulos. Saadut tulokset eivät johdu sattumasta (Kananen 2008, 79). Voidaan odottaa, että tällä tutkimuksella ja kysymyksillä saadaan sama mittaustulos myös eri aikaan suoritettuna. Tutkimusta voidaan siis pitää luotettavana, koska vastausprosentti oli niinkin hyvä kuin 92 %. Lisäksi kohderyhmä työskentelee myyntityössä. Tutkimuksen aihe on kaikille ajankohtainen ja he ymmärsivät kysymykset, koska kaikkiin kysymyksiin vastattiin. Tutkimus tehtiin kirjallisena, jolloin henkilökemiakaan ei ollut vaikuttamassa tuloksiin.

Validiteetti eli pätevyys kertoo mitataanko oikeaa asiaa. Käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mittaamalla oikeita asioita varmistetaan validiteetti (Kananen 2008, 81.) Tutkittavaa otosta voidaan pitää luotettavana, koska valittu ryhmä vastasi myyntityön perusjoukkoa ja he ovat työskennelleet myyntityössä kesimäärin 1-20 vuotta.

7 Pohdinta

Opinnäytetyössä tutkittiin Ifin myyntihenkilöstön tämän hetkisen koulutuksen soveltuvuutta myyntityöhön. Tutkimusongelmana oli, miksi myyjät eivät pääse myyntitavoitteisiinsa. Alaongelmana selvitettiin vastaako Ifin tämän hetkinen myyntikoulutus myyjien tarpeita. Tutkimuksen kohteena oli Ifin myyntihenkilöstö. Myyntihenkilöstö koostuu henkilöistä, joiden työtehtäviin kuuluu myynti puhelimitse, paikallistapahtumissa tai suoraan tapaamisissa joko re- tai proasiakasvirrassa.

Ratkaisu tutkimusongelmaan selvisi yksinkertaisesti: itsensä johtamisen koulutus puuttuu. Tutkimuksesta saatiin selville, että myyntihenkilöstö halusi tietoa, mitä itsensä johtaminen pitää sisällään ja voiko siitä oikeasti olla hyötyä myyntitulosten parantamiseen.

Tällä hetkellä Ifillä koulutus koostuu teematunneista, joissa pääsääntöisesti käsitellään ajankohtaisia tuote- ja järjestelmämuutoksia puhelimitse. Myyntikoulutuksia on tarjolla kaksi, joista ensimmäinen koostuu myynninportaista. Myynninportaat sisältävät apuja myynnin onnistumiseen eli käydään läpi vaiheittain myyntiprosessi. Toinen myyntikoulutus sisältää hinnan myymisen eli kuinka perustella asiakkaalle vakuutusten hinta. Nämä koulutukset ovat tarkoitettu koko henkilökunnalle, mutta lähinnä uusille työntekijöille.

Esimiesten tulee jatkossa ottaa enemmän vastuuta myyntihenkilöstön koulutuksesta, sen suunnittelusta ja seurannasta. Tällä hetkellä seuranta puuttuu kokonaan. Myyntihenkilöstön koulutuksen tulee vastata enemmän myyntityön tarpeita. Myyntihenkilöstölle suunnattua koulutusta ei erikseen ole. Tästä voidaan päätellä, että If panostaa uusien työntekijöiden koulutukseen ja heille onkin tarjolla aika kattava koulutuspaketti. Ifin myyntihenkilöstön keski-ikä on noin 40 vuotta ja monella vuosia Ifissä on kertynyt jo yli 10 vuotta. Tämän hetkistä koulutusta ei ole ollut tarjolla 10 vuotta sitten, joten myyjillä, jotka omaavat pidemmän työuran Ifillä ei ole ollut kunnon koulutusta koskaan. Koulutukseen on syytä panostaa koko ajan ja tietyin väliajoin, jotta motivaatio ja asenne työtä kohtaan pysyvät hyvinä ja työtä jaksetaan tehdä vielä useamman vuoden ajan.

7.1 Kehittämisehdotukset

Kyselystä selvisi, että myyntiin sisältyvä itsensä johtamisen koulutus puuttuu Ifiltä tällä hetkellä kokonaan. Koulutukseen ei ole erityisesti panostettu, koska henkilöstön vaihtuvuus on ollut vähäistä. Monet työnkuvamuutokset ovat kuitenkin vaikuttaneet työtehtävien muutoksiin, koska tehtävistä on tullut enemmän myyntipainotteisia ja juuri silloin koulutusta olisi tarvittu.

Lähes kaikki kyselyyn vastanneista kuitenkin halusivat itsensä johtamisen koulutuksen lisäämistä. Tämä voidaan nähdä positiivisena, koska myyntihenkilöillä on selvästi halu kehittyä työssään ja parantaa myyntituloksiaan. Osalta myös itsensä johtamisen käsite oli kokonaan vieras ja siksi he ehkä jopa vierastivat aihetta. Koettiin myös, että ajanhallinta työ- ja vapaa-aikana ei ollut tasapainossa. Onnistuminen myyntityössä vaatii jopa tiukkaakin itsensä johtamisen taitoa.

Kyselyn tuloksiin verraten, ehdotankin, että Ifissä kokeillaan puolen vuoden ajan noin 10 myyntihenkilön pienryhmiä. Näiden ryhmien vetäjät perehtyisivät yhteen itsensä johtamisen osa-alueista ja jakaisivat tietoa ja innostusta ryhmien jäsenille. Ryhmien vetäjät valittaisiin vapaaehtoisten kesken. Puolen vuoden aikana jokainen olisi käynyt viisi ryhmää ja aihetta läpi. Ryhmien aiheina voisi olla esimerkiksi ajanhallinta, tavoitteiden asettaminen, itsearviointi, motivaatio ja stressin hallinta. Näin jokaiselle myyjälle tulisi itsensä johtamisen alueet tutuiksi ja tästä olisi helppo jatkaa ja kehittää jatkokoulutusta.

Puolen vuoden ryhmäkokeilun jälkeen saavutettuja myyntituloksia, ennen ja jälkeen kokeilun, verrattaisiin keskenään. Tulosten pohjalta voitaisiin sitten jatkaa koulutusten kehittämistä. Liitteenä (liite 2) oleva kokeiluehdotus on mennyt Ifin myyntijohtajille pohdintaan myynninkoulutuksen kehittämistä varten.

7.2 Oman oppimisen arviointi

Aloitin opinnäytetyön tekemisen huhtikuussa 2012. Keskusteltuani lähimmän esimieheni kanssa, päädyimme yhdessä itsensä johtamisen aiheeseen. Hän koki, että aihe on erittäin ajankohtainen ja sopi hyvin myös työnkuvaani, jolloin saisin ehkä potkua omaankin työhöni. Kiinnostuin aiheesta välittömästi niin paljon, että aloitin heti opinnäytetyön työstämisen. Samoihin aikoihin menin myös elämäntapakoulutukseen, joka näkyy myös osana tätä opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tekeminen oli koko ajan sujuvaa eikä suurempia ongelmia ollut. Suurin haaste oli ehkä viitekehyksen luominen, jotta dialogi eri lähteiden kanssa olisi sujuvaa ja mutkatonta.

Tätä opinnäytetyötä tehdessä, olen saanut paljon asiantuntijatietoa, jota voin hyödyntää omaan myyntityöhöni. Työn edetessä kehityin myös omassa myyntityössäni, koska pystyin soveltamaan saatua tietoa heti käytännössä. Tämä taas vahvisti sitä, että olin valinnut oikean ja mielenkiintoisen aiheen työhön, joka motivoi minua raportin kirjoittamisessa. Tämä opinnäytetyö vahvisti sitä, että myös muut myyntihenkilöt kaipasivat itsensä johtamisen koulutusta myyntikoulutukseen. Kysely antoi paljon kehitysideoita tämänhetkiseen myyntikoulutukseen. Toivon, että voin työlläni olla kehittämässä Ifin myyntikoulutusta suuntaan, joka auttaa myyntihenkilöitä myyntitavoitteidensa saavuttamisessa. Itse olen kiinnostunut kehittämään myyntitaitojani kaikilla saatavilla olevilla koulutuksilla.

Työnantaja ja kollegani ovat antaneet paljon positiivista palautetta työni tuloksista ja odottavat innolla myyntikoulutuksen kehittymistä tekemäni kyselyn pohjalta. Voisi siis sanoa, että opinnäytetyö oli hyvin onnistunut ja siitä oli arvoa opinnäytetyöni toimeksiantajalle.

Lähteet

Alanen, V., Mälkiä, T., Sell, H. 2005. Myyntityön käsikirja. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Altmann H. 2002. Myyjästä voittajaksi. Multiprint Oy. Helsinki

Antonacopoulou, E., Jarvis, P., Andersen, V., Elkjaer, B., Hoyrup, S. 2007. Learning, Working and Living. Palgrave Macmillan. New York.

Asiakashyöty. Itsensä johtaminen Luettavissa:

<http://www.asiakashyoty.fi/itsensa-johtaminen/>. Luettu 14.6.2012.

Bischof A., Bischof K. 2004. Itsensä johtaminen. OY RASTOR AB. Helsinki.

Byrne, R. 2008. The Secret. WSOY. Helsinki.

Evan-Jones, J. ”The 12 Keys to Success”. Luettavissa:

<http://uraneuvonta.monster.fi/tyopaikalla/tyopaikka-asiaa/ajanhallinta-on-avain-kaikkeen/article.aspx>. Luettu 9.6.2012.

Hakala, J. 2000. Opinnäytetyö luovasti. Gaudeamus. Tampere.

Harvard Business School Press. 2005. Kehitä itseäsi. Perhemediat Oy. Helsinki.

Helin, P. 2011. Minä – MYYJÄ. Fastcon Oy. Helsinki.

Internetix - Tunneäly. Luettavissa:

http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/ps/ps4/02_tunteet/07_2.7_tunnealy?C:D=hNqI.gZ5n&m:selres=hNqI.gZ5n. Luettu 12.6.2012.

Jibbo - Stressi. Luettavissa: <http://www.jibbo.net/terveys/stressi.html>. Luettu 15.6.2012.

Jyväskylän yliopiston Koppa – Kvantitatiivinen tutkimus

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Luettu 15.6.2012.

Kaarto, M. 2012. Ajanhallinta. Muutoksen Mestarit –seminaari. Helsinki.

Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kananen, J. 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

KvantiMOTV. Kyselylomakkeen laatiminen. Luettavissa:

<http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>. Luettu 12.6.2012.

KvantiMOTV. Mittaaminen: mittarin luotettavuus. Luettavissa:

<http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html#validiteetti>. Luettu 12.6.2012.

Kvantitatiivinen kysely. Ifin myyjät. 1.5.2012. Helsinki.

Kärkkäinen, M. 2002. Menesty innolla. Talentum. Jyväskylä.

Lassila, I. 2000. Oivaltava johtaja. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Leicher, R. 2005. Myyntityö. Maskun Kirjapaino Oy. Helsinki.

Losier, M. 2011. Vetovoiman salaisuus. Basam Books Oy. Helsinki.

Lönnqvist, J. 2007. Johtajan ja johtamisen psykologiasta. Edita. Helsinki.

Nölke, M. 2004. Johtaminen. Maskun kirjapaino Oy. Helsinki.

- Malik, F. 2002. Toimiva johtaminen käytännössä. Multiprint Oy. Helsinki.
- Moilanen, P. 2012. Henkilökohtainen elämäntapavalmennus. Helsinki.
- Mälkiä, T. 1990. Myyntineuvottelijan käsikirja. Tietosanoma Oy. Helsinki.
- Paasivaara, L. 2010. Itsensä kokoinen johtaja. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.
- Pekkarinen, U., Pekkarinen E., Vornanen, J. 2006. Menestyvän myyjän käsikirja. WSOY. Helsinki.
- Rope, T. 2009. Perusmyyjästä supermyyjäksi. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.
- Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. WSOY. Juva.
- Rummukainen, T. 2008. Huippumyyjä. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Salmimies, R. 2008. Onnistu itsesi johtamisessa. WSOY. Juva.
- Sarasvuo, J., Jarla, P. 1998. Myynnin korkeajännitys. Writers' House Oy. Espoo.
- Sydänmaanlakka, P. 2006. Älykäs itsensä johtaminen. Talentum. Helsinki.
- Sydänmaanlakka, P. Tasapainoinen itsensä johtaminen on hyvän johtajan tunnusmerkki. Luettavissa <http://www.mehilainen.fi/tasapainoinen-itsensa-johtaminen-hyvan-johtajan-tunnusmerkki>. Luettu 12.6.2012.
- Tukiverkko.fi - Ajanhallinta. Luettavissa:
<http://www.tukiverkko.fi/hyvinvointi/stressi/ajanhallinta/>. Luettu 10.6.2012.
- Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Tammi. Helsinki.
- Vuorio, P. 2008. Myyntitaidon käsikirja. Gummerus kirjapainot Oy. Jyväskylä.

Liite 1

Itsensä johtaminen myyntityössä

Perustiedot

1. Sukupuolesi
 - A) Mies
 - B) Nainen

2. Ikäsi
 - A) 20-30 -vuotias
 - B) 31-50 -vuotias
 - C) yli 50-vuotias

3. Kuinka kauan olet työskennellyt myyntityössä?
 - A) 1-5 vuotta
 - B) 6-10 vuotta
 - C) yli 10 vuotta

Itsensä johtaminen

1. Tiedätkö, mistä osa-alueista itsensä johtaminen koostuu?
 - A) Kyllä
 - B) En

2. Kumman koulutuksen koet tärkeämpänä myyntityössä?
 - A) Myyntikoulutuksen
 - B) Itsensä johtamisen

3. Tunnistatko omat vahvat ja heikot puolesi?
 - A) Kyllä
 - B) En

4. Oletko tietoinen omista johtajuus ominaisuuksistasi?
A) Kyllä
B) En
5. Milloin olet viimeksi antanut palautetta kollegallesi tai esimiehellesi?
A) Kuukauden sisällä
B) Vuoden sisällä
6. Osaatko hyödyntää työssäsi positiivisen ja negatiivisen palautteen?
A) Kyllä
B) En

Myynti

1. Tunnetko, että perusedellytykset myyntiin ovat työssäsi kunnossa (esim. soittokohteet ja markkinointi ym.) ?
A) Kyllä
B) En
2. Hallitsetko myynnin ammattilaiselta vaadittavat tuotetietouden, myyntiprosessin ja asenteen?
A) Kyllä
B) En
3. Tunnistatko itsessäsi vähintään kuusi huippumyyjän tunnusmerkkiä: asenne, ajankäytön hallinta, myyntiesittelytaidot, tuotetietous, ulkoinen olemus, uusasiakashankinta ja lisämyynti, kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa sekä kaupanpäättötaidot?
A) Kyllä
B) En
4. Osaatko asettaa rajat työllesi? Onko vapaa-aikasi tasapainossa työsi kanssa?
A) Kyllä
B) En
5. Muita kommentteja?

Liite 2

Kehitysehdotus myyntikoulutukseen

Opiskelen tällä hetkellä Haaga-Heliassa liiketalouden puolella HRM ja johtamista. Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi itsensä johtamisen myyntityössä, koska olen liiketalouden opintojen edetessä edennyt myyntipäälliköksi. Huomattuani, että en päässyt pelkällä Ifin tarjoamalla koulutuksella haluamaani myyntitavoitteeseen, aloin itse etsiä erilaisia myynnin koulutusmahdollisuuksia. Hakeuduin ulkopuoliseen kahden kuukauden pituiseen myyntivalmennuksen koulutukseen, henkilökohtaisen myyntivalmentajan johdolla. Oppien jälkeen tajusin, että itsensä johtaminen on tärkein osa myyntityössä.

Intensiivinen koulutus muistutti elämäntapakoulutusta, jossa ihan alusta alkaen lähdettiin miettimään omia tapoja ja miten huonot tavat korvataan paremmilla. Ideana oli kirkastaa sisäistä timanttia eli tiedostaa omat toimintatavat.

Tutkimustulokset

Empiirisessä tutkimuksessa selvitettiin kyselyn avulla, ovatko myyjät tyytyväisiä nykyiseen koulutustarjontaan. Kyselyssä selvitettiin myyjien tietämystä itsensä johtamisesta ja kartoitettiin huippumyyjien osaamista. Teorian tueksi tehtiin tutkimus If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:ssä myyntityössä työskenteleville. Työn tarkoituksena on antaa tietoa Ifille, minkälainen osaamistaso myyjillä on tällä hetkellä ja minkälaista koulutusta jatkossa tarvitaan, jotta päästään parempiin myyntituloksiin. Kyselyn tulosten pohjalta voidaan kehittää Ifin myyntikoulutusta, joka edistää vastaavasti myynnin tuloksia.

Kyselystä selvisi, että itsensä johtamisen koulutus puuttuu Ifiltä tällä hetkellä kokonaan. Lähes kaikki kyselyyn vastanneista kuitenkin halusivat itsensä johtamisen koulutuksen lisäämistä. Koettiin, että ajanhallinta työ- ja vapaa-aikana ei ollut tasapainossa. Onnistuminen myyntityössä vaatii jopa tiukkaakin itsensä johtamisen taitoa.

Itsensä johtamisen koulutusta halusivat kaikki alle 30-vuotiaat. Yllättävää on, että myös he, jotka ovat työskennelleet myyntityössä yli 10 vuotta halusivat itsensä johtamisen koulutusta. Nähtävästi itsensä johtamiseen ei Ifissä ole missään vaiheessa ollut. Pieni osa vastaajista eli 8 % ei tuntenut itsensä johtamisen osa-alueita, mutta silti kokee myyntikoulutuksen tärkeämpänä työssään. Tähän varmasti auttaa itsensä johtamisen läpikäynti, jolloin sen osa-alueet selkenevät.

Suurin osa eli 92 % vastaajista tunsi omat vahvat ja heikot puolensa. Heistä 69 % tunnisti myös johtajuusominaisuudet, mutta yllättävää oli, niinkin paljon kuin 22 % ei tunnistanut omia johtajuusominaisuuksiaan. Itsensä johtamiseen kuuluu myös vahvojen ja heikkojen puolien analysointia, jolloin henkilö pystyy kehittämään juuri tarpeellisia myynnin onnistumiseen liittyviä tekijöitä.

Kollegoille tai esimiehille palautteen antajat 60 % vastaajista, osaavat myös itse hyödyntää saamansa positiivisen ja negatiivisen palautteen. Kun taas 15 % vastanneista ilmoittaa, että ei osaa hyödyntää itseään koskevia palautteita.

Myyntiosiossa tiedusteltiin ovatko perusedellytykset myyntityöhön kunnossa ja vastanneista 69 % koki, että näin on. Tämä vaatisi enemmän yhteistyötä ja keskustelua ja pohdintaa myyntihenkilöstö ja lähimpien esimiesten kanssa.

Tuotetietouden, myyntiprosessin ja asenteen hallitsivat 92 % vastanneista. Ristiriitaista tutkimuksessa kuitenkin oli, että näistä vastaajista 38 % ei tedosta huippumyyjän tunnusmerkkejä. Näistä huippumyyjän tunnusmerkeistä esimerkiksi ajankäytön hallinta, ulkoinen olemus ja kyky tulla toimeen erilaisten persoonien kanssa kuuluvat itsensä johtamisen koulutukseen. Kysymykseen vastanneista suurin osa kaipasikin lisää itsensä johtamisen koulutusta. Itsensä johtamisen koulutus auttaisi myyntityössä onnistumiseen.

Työn ja vapaa-ajan tasapaino oli hallinnassa 77 % vastaajista. Loput 23 % vastaajista, jotka eivät tunnistanee itsessään huippumyyjän tunnusmerkkejä eivät myöskään osanneet asettaa rajoja työllensä. Ajankäytön hallinta on yksi tärkeä osa joka täytyisi tuleviin myyntikoulutuksiin.

Kehitysehdotus

Kyselyn tuloksiin verraten, ehdotankin, että Ifissä kokeiltaisiin puolen vuoden ajan noin 10 myyntihenkilön pienryhmiä. Näiden ryhmien vetäjät perehtyisivät yhteen itsensä johtamisen osa-alueista ja jakaisivat tietoa ja innostusta ryhmien jäsenille. Puolen vuoden aikana jokainen olisi käynyt viisi ryhmää ja aihetta läpi. Näin jokaiselle myyjälle tulisi itsensä johtamisen alueet tutuiksi ja tästä olisi helppo jatkaa ja kehittää jatkokoulutusta.

Puolen vuoden ryhmäkokeilun jälkeen saavutettuja myyntituloksia ennen ja jälkeen verrattaisiin keskenään. Tämä olisi hyvä alku, josta voisi jatkaa koulutusten kehittämistä.